

(参考資料)モデル実証事業採択事業者の 中間報告資料

事業概要

本事業では、養蚕農家やハンドクラフト事業者による新たな地場産業の継承および交流人口の受け入れの仕組みづくりに取り組むことで何度も通う旅のモデルケースを目指す。具体的には、①旅マエにおけるターゲットを絞った広報、②目的ごとの短期～中長期滞在プランの提供、③旅ナカにおける地域住民との交流促進、④旅アトにおける再来訪の仕掛けづくり、⑤地元の次世代に対する普及・啓発活動および地域連携強化といった複合的な取り組みにより、次年度以降の自走を目指すための課題を明らかにする。なお、対象地域の拡大や参画事業者の増加、受入環境整備のための研修、セグメント配信による広報活動、再来訪イベントの開催等に新たにに取り組む。

本事業のターゲット

メインターゲット：養蚕（シルク）やハンドクラフトに関心がある30～40代／60代以上の女性（居住地は、東京都、宮城県）

サブターゲット：養蚕（シルク）やハンドクラフトに関心がある専門学校・大学生（居住地は、県内外）



実施体制

（代表主体）福島市フルーツラインエリア観光推進協議会：事業統括、予算・行程管理、報告等／福島市：事業戦略支援等／福島市観光コンベンション協会（DMO）：マーケティング戦略支援等／工房おりをり：滞在環境整備等／ファーマーズ・フォレスト福島支店：ツアー造成・運営等／飯坂温泉観光協会：滞在環境整備等／福島学院大学：学生の受入環境整備等／福島大学：イベント運営等／福島交通：移動環境整備 他

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

- ・地域の体制づくりとして、ハンドクラフトや観光客の受け入れに関する研修会を開催する。また、地域おこし協力隊等による受け入れ環境の充実を図る。
- ・旅マエにおける来訪促進として、動画配信サイトを活用したセグメント配信やSNSを活用した広報活動を行う。
- ・旅ナカにおける再来訪促進として、一般向けの短期～中長期（1泊2日、2泊3日、6泊7日）のモニターツアーを開催、また、服飾関連の専門学生・大学生向けの2泊3日も開催する。
- ・旅アト（次の旅マエ）における再来訪促進の仕組みづくりとして、先述したモニターツアー参加者や関係事業者、個人などを運営スタッフもしくは来園者として再来訪させることを目的とした再来訪イベントを開催する。また、既存のCRMツールである周遊アプリを活用したスタンプラリーや写真投稿イベントも開催する。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

- ・滞在環境として、養蚕をメインとした1泊2日のプランでは、農家民泊を宿泊施設として利用、ハンドクラフトの教室をメインとした短期～中長期プランでは、小型織機の貸し出しや移住・定住支援団体による街歩きを開催する。
- ・移動環境として、レンタサイクル（電動）の利用環境を提供する。

今年度事業の目標・KPI

【目標】福島市内だけでなく全国的にわずかながら残っている養蚕およびそのハンドクラフトが、短期～中長期および反復継続した来訪者を生み、新たな交流市場の開拓につながる観光コンテンツとしての有効性を実証することである。

【KPI】モニターツアー参加者数：81名、再来訪イベントの目標来場者数：3,000名、モニターツアー参加者の再来訪イベントへの再来訪率：50% 他

〈検証する仮説〉①動画配信サイトでのセグメント配信は初来訪に有効か、②「養蚕」や「ハンドクラフト」は再来訪に有効なコンテンツか、③ハンドクラフトの技術習得プランは、短期（2泊3日）だけでなく中長期（6泊7日）も需要があるか、④ツアー参加者等が運営に参加できる収穫祭のようなイベントを年1回開催することは再来訪につながるのか。

〈取組概要〉本事業では、養蚕農家やハンドクラフト事業者による新たな地場産業の継承および交流人口の受け入れの仕組みづくりに取り組むことで何度も通う旅のモデルケースを目指す。具体的には、①旅マエにおけるターゲットを絞った広報、②目的ごとの短期～中長期滞在プランの提供、③旅ナカにおける地域住民との交流促進、④旅アトにおける再来訪の仕掛けづくり、⑤地元の次世代に対する普及・啓発活動および地域連携強化といった複合的な取り組みにより、次年度以降の自走を目指すための課題を明らかにする。

〈実施体制〉

福島市フルーツラインエリア観光推進協議会／福島市／福島市観光コンベンション協会（DMO）／工房おりをり／ファーマーズ・フォレスト福島支店／飯坂温泉観光協会／福島学院大学／福島大学 他

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
ふくしまシルクロードツアー～蚕の幼虫編・繭づくり編～	9/2-3、9/16-17、9/30-10/1、10/7-8	20名	参加者は現地までの交通費及び参加費として12,000円を負担	都内や宮城県内在住の30～40代／60代以上の女性
ふくしまシルクロードツアー～学生合宿編～	9/10-12、9/30-10/2	6名	参加者は現地までの交通費を負担	県内外在住の専門学校・大学生
ふくしまシルクロードツアー～プライベートな織物教室編～	10/10-16、10/24-26、12/11-13（予定）	5名+2名（予定）	参加者は現地までの交通費及び材料費（4,000円までは無料）のほか参加費として11,000円（2泊3日）／22,000円（6泊7日）を負担	都内や宮城県内在住の30～40代／60代以上の女性
ふくしま絹の道フェスタin飯坂温泉	11/17-19	3,032名	参加者は現地までの交通費を負担	モニターツアー参加者、県内外の関心層

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

- ・初来訪を促すコンテンツとしては養蚕は弱い（ハンドクラフトが有効）
- ・学生（芸術系・服飾系の個別募集）を再来訪につなげるための仕組みづくり

＜解決策＞

- ・初来訪向けにはハンドクラフト（織物）を前面にだしたツアーを提供し、養蚕は再来訪者向けのツアーに組み込むほうが有効かの実証を行う。
- ・再来訪イベントでの展示を目的とした制作体験をツアーに組み込むことで、実際に再来訪につなげることができた。

現時点で対策方法が見つからない課題

- ・滞在の長期化に伴い参加者同士のコミュニケーションのケアが必要
- ・滞在の長期化に伴う宿泊先の選定に課題が残る。
- ・自走を考えた際の2次交通手段について、検討を進める必要がある。

①ふくしまシルクロードツアー（1泊2日）の開催

製品の展示見学に始まり、養蚕農家見学や織物体験を通して、地域で一貫した取り組みが行われていることを体験していただくとともに、農家民泊による地域住民との交流、地域の観光資源である旬のフルーツ狩り等の組み合わせにより、再来訪したくなるコンテンツの提供を行った。



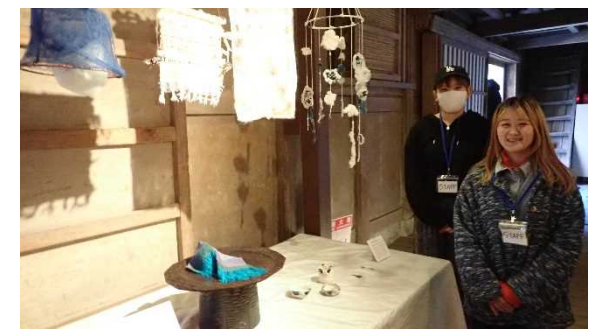
②ふくしまシルクロードツアー（2泊3日、6泊7日）の開催

織物の技術習得や再来訪イベントでの展示を目的とした制作体験をメインとした短～中期滞在型のプランを提供した。なお、滞在期間中には地元の移住定住支援団体による街歩きも開催したり、滞在期間中の移動手段としてレンタサイクルを提供することで周遊を促進した。また、期間中に繭の出荷作業に参加させていただくなど、特別な体験も提供することができた。



③再来訪イベントの開催

モニターツアー等の参加者および受け入れ環境整備（地元への普及・啓発活動）の一環として、再来訪イベント「ふくしま絹の道フェスタin飯坂温泉」を11/17-19に開催し、3日間で3,032名が来場。2泊3日のプランに参加していただいた学生の制作物も会場に展示した。なお、今年度の再来訪者（10/31人）の大半は各々のスキルを活かし、スタッフ用の昼食調理や展示準備、着物で街歩き、ワークショップの手伝いなどスタッフとしてイベントに携わっていただくことができた。



事業概要

葛尾村の地域課題である担い手不足と空き家の利活用について、実際の空き家を活用したDIYワークショップを通じ、滞在環境の整備と来訪の創出及び反復滞在する関係人口の創出に取り組む。

DIYに挑戦したいが実践の場がない人をターゲットに、実際の空き家で専門的な技術等を学べるプログラムを提供し、その過程で、地域住民等と参加者の交流が発生することにより地域に愛着が湧き関係人口の創出に繋がること及び、実際に空き家が整備されることによる滞在環境の整備の両輪で課題解決を行う。その際、既存WEBページ「かづろうものがたり」を活用し、地域の世界観と街づくり感を演出することで、参加者のより積極的な参加を狙う。

本事業のターゲット

メインターゲット：20代～50代の男女。DIY関心がある・実践の場を求める者。地方の2拠点・多拠点生活に関心のある者。

サブターゲット：20代～50代の男女。フリーランス、クリエイターなど地方での仕事に関心のある者、地域でのプレーヤーとなり得る者。

事業地域のマップ上にイメージ図、写真等を添付してください。



実施体制

一般社団法人葛力創造舎（代表主体）／葛尾村役場・葛尾村教育委員会・公益財団法人福島県観光物産交流協会（戦略策定）／一般社団法人葛尾むらづくり公社（連携調整）／日本大学工学部・福島大学（運営支援）／KDDI株式会社（技術提供）／株式会社SAGOJO（情報発信・企画支援）／株式会社H A L・BnA株式会社（技術提供）／大宮観光株式会社（ツアー造成・参画）

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
テーマ：DIYワークショップを通じた滞在環境の整備と地域への愛着の造成。
実践型のDIYワークショップを、地域で利活用に悩む空き家の滞在環境の整備を題材に行い、空き家問題の解決と滞在環境の整備に寄与する。
事業を通じ、地域にモノを残す投資行動、及び地域住民と共に身体を動かす作業を通じて交流することで、来訪者と地域住民がより深い関係性を築くことで地域への再来訪を創出する。
DIY実践へ関心のある者・移住を検討している者・クリエイター等を中心にアプローチを行うことで、効果的なターゲティング集客へと繋げる。
また、既存の村営WEBページ「かづろうものがたり」等を用いて地域の世界観を演出し、参加者の積極性や継続的な運用に繋げていく。
今回の事業を通じて地域を巻き込んだ運営方法などをパッケージ化することにより、地域での応用や他地域への横展開に繋げていく。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
滞在環境：DIYワークショップを通じた滞在環境改善及びフィードバックの実証。
移動環境：ターゲット目線での課題掘り起しと地域を巻き込んだ検討。

今年度事業の目標・KPI

- ・事業による来訪者：160人回
- ・事業以外での自主的な再来訪：期間中 70人回
- ・旅マエ⇒旅ナカ⇒旅アトの参加継続率：70%以上
- ・旅アトでの次旅マエに向けたプログラム立案数：3プログラム以上 など

〈検証する仮説〉

葛尾村の地域課題である担い手不足と空き家の利活用について、実際の空き家を活用したDIYワークショップを通じ、滞在環境の整備と来訪の創出及び反復滞在する関係人口の創出に取り組む。

〈取組概要〉

DIYに挑戦したいが実践の場がない人をターゲットに、実際の空き家で専門的な技術等を学べるプログラムを提供し、その過程で、地域住民等と参加者の交流が発生することにより地域に愛着が湧き関係人口の創出に繋がること及び、実際に空き家が整備されることによる滞在環境の整備の両輪で課題解決を行う。その際、既存WEBページ「かづろうものがたり」を活用し、地域の世界観と街づくり感を演出することで、参加者のより積極的な参加を狙う。

〈実施体制〉

一般社団法人葛力創造舎（代表主体）／葛尾村役場・公益財団法人福島県観光物産交流協会（戦略策定）／KDDI株式会社（技術提供）／株式会社SAGOJO（情報発信・企画支援）／・BnA株式会社（技術提供）・株式会社HAL 他

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
かづろう開拓物語 ～はじまりの章～ 椅子、テーブルづくり	10/14（土）～10/15（日）	参加者22名	参加者は現地までの交通費及び割引価格を負担	メインターゲット：20代～50代の男女。DIY関心がある・実践の場を求める者。地方の2拠点・多拠点生活に関心のある者。 サブターゲット：20代～50代の男女。フリーランス、クリエイターなど地方での仕事に関心のある者、地域でのプレーヤーとなり得る者。
かづろう開拓物語 ～つながりの章～ 椅子、テーブルづくり	11/18（土）～11/19（日）	参加者21名		

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

DIYができる物件が少ないことが分かった。（物件自体がない、地域の方の荷物がある・仏壇がある・不定期に空き家に戻っているなどの理由）

＜解決策＞

DIYツアーを通じて住民の理解を深めていくほかに、土で家をつくるアースバック工法などによりあらたに家をつくる案がでている。

現時点で対策方法が見つからない課題

村内での来訪者が使う交通に関しての課題に関して、見通しが立っていない。夏であればキックボードなどで足りるが、冬になるとそれも難しくなる。本田技研技術者や行政職員などと新しいモビリティについて検討会を行う予定である。

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

テーマ：DIYワークショップを通じた滞在環境の整備と地域への愛着の造成。

実践型のDIYワークショップを、地域で利活用に悩む空き家の滞在環境の整備を題材に行い、空き家問題の解決と滞在環境の整備に寄与する。事業を通じ、地域にモノを残す投資行動、及び地域住民と共に身体を動かす作業を通じて交流することで、来訪者と地域住民がより深い関係性を築くことで地域への再来訪を創出する。



DIYツアーの様子（制作）



DIYツアーの様子（地元の方との交流会）

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

滞在環境：DIYワークショップを通じた滞在環境改善及びフィードバックの実証。

移動環境：ターゲット目線での課題掘り起しと地域を巻き込んだ検討。



土と人手があればできるアースバック工法の家



新しい田舎モビリティの検討

事業概要

秩父地域では年間365日中、300日以上「祭り」が開催されている全国でも稀有な地域である。秩父地域の住民は祭りを愛する人々が多く、祭りは地域住民にとって生活の一部であり、地域コミュニティにおける象徴的な存在とも言える。祭り＝コミュニティの継続という地域課題に対し、昨年度、本事業にて、祭りをテーマにした高校生向け探究型学習プログラムでの来訪が、秩父地域への初来訪のきっかけ、再来訪につながることは確認でき、また受入れに対する地域内の下地ができた。今年度は、地域と来訪者をつなぐファシリテーターを地域内で養成し、旅マエ・旅ナカ・旅アト全てのプロセスにおいて、地域と来訪者の接点を増やしより深い交流を創出することで継続的な再来訪につなげるべく検証する。

本事業のターゲット

- ・メインターゲット：首都圏の中学生・高校生/探究型学習に注力している学校で校内募集をし、個人の発意である特別学習としての来訪を想定
- ・サブターゲット：地域課題や地域創生に興味関心の高い首都圏の大学生/地域をテーマにした授業などのフィールドワークにて、学校の意向による来訪を想定

事業地域マップ



実施体制

▶代表主体:(一社)秩父地域おもてなし観光公社（地域連携DMO、事業全般管理、会計、地域内調整）/ ▶連携自治体：秩父市・横瀬町・長瀬町・皆野町・小鹿野町（地域内調整）/ ▶連携事業者:ナチュラルファームシティ農園ホテル、いこいの村ヘリテイジ美の山、秩父旅館業共同組合（滞在環境整備支援）、クラブツーリズム(株)、近畿日本ツーリスト(株)、(株)TOKYO EDUCATION LAB（戦略策定支援、滞在環境整備支援）

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
・地域と地域の祭りの魅力を伝え、来訪者に学びと気づきを提供し、受入れ地域と来訪者をつなぐファシリテーターを養成。
・探究型学習、地域創生に資する「秩父地域の祭り」をテーマにしたプログラムを複数造成し、地域内の受入れ体制環境整備を行う。
-旅マエ:祭りの当事者含め地域の人との接点をもつ事前学習
-旅ナカ:祭りに参画する、祭りに関わる人との交流、同世代交流
-旅アト:課題のアウトプット提案、アンバサダー認定
ファシリテーターが旅マエから旅アトまで一貫して携わることでコミュニティ化していく
・旅マエよりコミュニケーションツールを用いてゆるくつながる場を設けファシリテーターが運営。CRMを用いて情報発信も行い再来訪に向けた動きを検証する。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
継続的な来訪の動機付けは「地域の人」と推測する為、地域住民とつながりを感じる場、祭りの理解を深める時間を提供することで、地域への愛着や再来訪につながる心的変化を検証する。親戚の家に泊まるかのような民泊滞在と、宿泊施設滞在の2通りを検証し、学び効果と、ターゲット層の心理を探る。

今年度事業の目標・KPI

【目標】地域コミュニティを強化・活性化させるために、地域住民の理解を得て、観光客など外部から祭りに入りやすい仕組みを複数整え、地域と来訪者をつなぎ学びを提供するファシリテーターを育成し、来年度以降の自走化を目指す。

【KPI】・祭りプログラム造成6件 ・ファシリテーター養成5人 ・有償モニターツアー参加者80名・再来訪意欲80%以上 他

〈検証する仮説〉

祭りを通して来訪者と地域住民が交流を深め、地域コミュニティを強化・活性化させ、祭りの継続などの課題解決へつなげるモデルを学生向けの探究学習旅行で創出できるのではないかな。また地元住民と学生の深い交流が、再来訪につながるきっかけになるのではないかな。

〈取組概要〉ターゲットの学生（高校生、大学生）向けに探究型学習、地域創生に資する「秩父地域の祭り」をテーマにしたプログラムを複数造成し、地域内の受入れ体制環境整備。地域住民とつながりを感じる場、祭りへの理解を深める場を設け、愛着や再来訪に向けての心的変化を検証する。
再来訪を促す要素・仕組みづくりとして地域と地域の祭りの魅力を伝え、来訪者に学びと気づきを提供し、受入れ地域と来訪者をつなぐファシリテーターを養成。コミュニケーションツールで旅ナカ以外でもゆるいつながりの場設け、情報発信を行い再来訪に向けた動きを検証する。

〈実施体制〉（一社）秩父地域おもてなし観光公社／秩父市・横瀬町・長瀬町・皆野町・小鹿野町（地域内調整）／秩父旅館業共同組合／西武鉄道(株)／秩父鉄道(株)／クラブツーリズム(株)／(株)TOKYO EDUCATION LAB

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
「秩父音頭・長瀬船玉祭り」モニターツアー	8/14-15 1泊2日	6名（大学生） 2名（ファシリ）	15,000円（学生）	都市部の高校生、大学生
「龍勢まつり」モニターツアー	10/7-8 1泊2日	3名（高校生） 2名（ファシリ）		都市部の高校生、大学生
「小森歌舞伎」モニターツアー	10/14-15 1泊2日	6名（高校生） 1名（ファシリ）		都市部の高校生、大学生
「夜祭準備」モニターツアー	11/25-26 1泊2日	10名（高校生3名、 大学生7名） 2名（ファシリ）		都市部の高校生、大学生

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

祭り関係者は、旅ナカでは祭り運営の役割があり深い交流までに充分時間がとれないケースがある。

＜解決策＞

祭り以外の、ヤド等の滞在施設にて施設関係者を中心に事業の趣旨を説明し、祭りに直接かわからない住民とも触れ合いの場を依頼。様々な立場の方から祭りについて対話ができ、交流を広げることができた。

現時点で対策方法が見つからない課題

- ・今後地域内での自走化の体制を具体的に計画して実行に移す必要がある。
- ・探究プログラムの後、個人旅行で再来訪につながるケースがあり、再来訪の正確な数値化が困難。地域内のファシリテーターが来訪者と地域のつながりをつくる上で有効な存在であることは確認できたが、旅アト終了後の、ゆるやかな関係性構築をどのように継続して、深化させていくかが課題。

①「秩父地域の祭り」をテーマにしたプログラム造成

ターゲットの学生（高校生、大学生）向けに探究型学習、地域創生に資する「秩父地域の祭り」をテーマにした「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」一連のプログラムを複数造成。地域内の受入れ体制環境整備。



モニターツアー日程

vol 1



龍勢祭り

10/7(土)-8(日)

宿泊先：ヘリテージ美の山 由緒等ホテル
内 容：龍勢会館見学など

vol 2



小森諏訪神社例大祭
(小森野歌舞伎)

10/14(土)-15(日)

宿泊先：須崎旅館 由緒等ホテル
内 容：歌舞伎化装体験など

vol 3



秩父夜祭り
(事前準備)

11/25(土)-26(日)

宿泊先：奥泊(ホームステイ)
内 容：舞台観劇見学など

②受入れ地域と来訪者をつなぐファシリテーターを養成

地域と地域の祭りの魅力を伝え、来訪者に学びと気づきを提供し、受入れ地域と来訪者をつなぐファシリテーターを養成。「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」一貫してファシリテーターが携わり、コミュニティを形成。



③交流の場、コミュニケーション

- ・旅マエよりコミュニケーションツール(slack)を用いてゆるくつながる場を設けファシリテーターが運営。
- ・「人とのつながり場」を感じる場、祭りの理解を深める時間を提供することで、地域への愛着や再来訪への動きを意識づける。

8月秩父音頭モニターツアー専用



事業概要

・地域の方々の暮らしぶりに触れていただくことで、単なる旅行先ではなく家や職場、学校でもない「第3の場」として来訪者に小川町に魅力を訴求し、将来的な二拠点居住者、移住者の獲得につなげる。

・2022年度事業にて有機農業を軸とした体験コンテンツを構築した。本年度は、昨年度実施したコンテンツを商品として造成、販売も含めた地域側の受入体制を構築するとともに、新たに「里山」をフックとした木育の観光学習コンテンツを造成する。また、昨年度作成した「案内ボード」や何度でも来訪できる仕組みの一つである企画乗車券について、昨年度検証した結果を踏まえ、内容や販売、情報発信方法等見直し継続運用が可能な体制を構築する。

本事業のターゲット

メインターゲット：都内近郊在住のファミリー層
子供の探究学習に力をいれたいと思っている人・家族

サブターゲット：都内近郊に在住し、家や職場以外の第3の場で交流を通じた地域貢献を望む人たち

事業地域のマップ上にイメージ図、写真等を添付してください



木育学習
プログラム



農業体験



むすびめ
(観光案内所/移住サポートセンター)



実施体制

- 東武鉄道株式会社 観光事業推進部（代表主体・事業統括）
- 小川町 にぎわい創出課、政策推進課、環境農林課（戦略策定支援）
- 株式会社おいでなせえ（滞在環境整備、地域事業者・人材連携サポート）
- 株式会社竹中工務店（滞在環境整備、地域事業者・人材連携サポート）
- NESTo株式会社（滞在環境整備、地域事業者・人材連携サポート）
- 東武トップツアーズ株式会社（ツアーの造成・販売、事業全般の事務作業）

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 - 有機農業や地域の産業等を軸とした体験コンテンツの販売・情報発信・受入体制の構築
 - ・年間で継続したコンテンツ販売・実施・受入を可能にするために、地域の農業従事者や事業者へヒアリングを実施。本業と並行して体験を提供できる受入スキームを構築し、地域が疲弊することなく、来訪者の「暮らすような旅」に選ばれる地域を目指す。
 - 旅マエ・旅ナカ・旅アトにおける初来訪・再来訪に向けた工夫
 - ・来訪障壁の払拭、来訪意欲醸成に向けた移動環境の整備や、新たな旅ナカコンテンツとして、「里山」をフックに農業や林業の学習要素を含んだ体験プログラムを造成。小川町の自然や産業・地域の暮らしぶりについて学ぶコンテンツとして企画開発を行う。
- ②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
 - 一次交通（鉄道）と地域の飲食店等の割引を併せた企画乗車券
 - ・2022年度事業でも販売した企画乗車券の内容について、地域飲食店舗との連携や販売方法の再検討を行い、来訪者にとって利便性の高い商品に磨き上げ、継続的な販売を目指す。

今年度事業の目標・KPI

- 有機農業を軸とした体験プログラムの有料での販売と実施。また継続的な実施に向けた地域の受入体制の構築を図り、地域経済を回しながら反復継続的な来訪を目指す。
- 今年度事業のKPI・・・実証ツアー（有料）の実施4回以上
参加者の満足度：80％以上、企画乗車券販売枚数：200枚以上

〈検証する仮説〉

都市近郊に住むファミリー層に向けて、小川町の有機農業や山林（木育）を通じた探究学習・教育プログラムや地域との交流、及び鉄道や町内の移動環境を整備することが、反復継続的な来訪に繋がるか検証する。

〈取組概要〉

都市近郊に住むファミリー層をターゲットに、単なる旅行先ではなく家や職場、学校でもない「第3の場」として来訪者に小川町に魅力を訴求し、将来的な二拠点居住者、移住者の獲得に繋げる。本年度は昨年度実施したコンテンツを商品として造成、販売も含めた地域側の受入体制を構築するとともに、新たに「里山」をフックとした木育の観光学習コンテンツを造成、また何度でも来訪できる仕組みの一つである企画乗車券について、来訪者にとって利便性の高い商品に磨き上げ、継続的な販売を目指す。

〈実施体制〉

東武鉄道(株)/小川町(株)おいでなせえ小川町(株)竹中工務店/NESTo(株)/東武トップツアーズ(株)

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
収穫体験 野菜の調理と食事会	2023年11月11日（土）	12名	大人6,900円 小人1,900円	都市近郊に在住のファミリー層
里山生き物観察 里山ハイク、林業体験	2023年11月25日（土）	12名	大人6,900円 小人1,900円	都市近郊に在住のファミリー層
小川町満喫特別きっぷ販売	2023年11月1日（水）～ 2024年1月15日（月）		大人1,000円 小人500円	都市近郊に在住の方

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

- ・里山に入るツアーでは休憩場所やお手洗いの場所の確保に苦労する。
- ・ターゲットとするファミリー層に対して適切なタイミングでの情報発信が出来なかった。

＜解決策＞

- ・町内事業者の協力を得る。
- ・鉄道広告やSNS・WEB等を活用し、より幅広く告知を行う。

現時点で対策方法が見つからない課題

- ・今回は事業費を活用して、かなり金額を抑えて販売を行ったが、特に受け入れ環境構築の事前準備等に発生する費用がかなり掛かるため、自走して販売を行っていくための価格設定が難しい。
- ・地域内の移動にて山林を訪れる際は、移動手段が制限されるため、継続的な実施について、更に検討が必要になってくる。

①有機農業や地域の産業等を軸とした体験コンテンツの販売・情報発信・受入体制の構築

■新たな旅ナカコンテンツの開発

新たな旅ナカコンテンツとして、「里山」をフックに農業や林業の学習要素を含んだ体験プログラムを造成・小川町の自然や産業・地域の暮らしぶりについて学ぶコンテンツを開発した。

■モニターツアーの実施

農業・林業のコンテンツを入れたモニターツアーを計4回企画
それぞれが単発のテーマではなく、4回を通じて小川町の地域の暮らしぶりや自然の循環を感じられる内容にするため、小川町や地域の旅行会社、木工会社や地域外の地域連携事業者と検討を重ね11月～1月の間に実施をする。



②小川町満喫特別きっぷの販売

小川町へ複数回来訪いただくにあたっての来訪障壁を軽減し、小川町内での回遊性を高めるため、池袋駅から小川町駅への鉄道乗車券と、町内の飲食・小売店等で使用できる地域通貨券（共通商品券）500円の引換をセットにした商品を販売。実店舗での販売だけでなく、デジタルでの販売も実施した。



小川町満喫特別きっぷ

【ご注意】

小川町共通商品券の利用が可能な店舗は変更となっている場合がございます。最新情報は引換時に観光案内所「むすびめ」にてお問合せください。

東武東上線 池袋・和光市・朝霞台～小川町駅間の往復乗車券（坂戸～小川町駅間はフリー乗車区間）と、小川町内の飲食店や小売店で使える500円分の小川町共通商品券（地域通貨）への引換券をセットにした「小川町満喫特別きっぷ」を期間限定で発売します。東京から約1時間の距離にあり、和紙や有機農業で知られる小川町を中心とした東上線の北部エリアをお得に満喫できる特別きっぷです。

乗り物に乗る際は、「使う」を押して表示されたアニメーション画面を、有人改札口の駅係員にご提示ください。また、小川町共通商品券（地域通貨）は、このデジタルきっぷをご利用した当日のみ、小川町駅前に

👉 購入手続きへ

事業概要

都心からの良好なアクセスと豊かな自然環境等の地域資源を活かし、自然体験活動へのニーズが高いファミリー層をターゲットとし、重層的なコンシェルジュ機能を会員制の体験プログラム「竹アカデミー」を開講する。地域の困りごとのひとつである荒廃した里山の竹林整備体験解決の一翼を担う体験観光事業サポーターづくりを目指す。

ターゲット層の誘客のため、都市部においてミニワークショップをプロモーションとして開催するとともに、オープンキャンパスへの参加者を反復した来訪者として関係人口の創出につなげるため、マイ竹林DAYの設定、継続的な竹ラボの実施によりオリジナル商品を開発するとともに、制作発表の場を設ける。

本事業のターゲット

メインターゲット：川崎市、横浜市を含む都市部の小学生の子どもを持つファミリー層

サブターゲット：川崎市、横浜市を含む都市部の里山の生活や田舎暮らしに関心の高い20代から30代の独身者



実施体制

【代表主体】 神奈川県 大井町

地域振興課〔運営主体/企画/委託・発注業務/マルシェ等開催〕

企画財政課〔お試し住宅事業/町プロモーション/移住・定住〕

【連携事業者】

吉本興業（株）〔イベント開催/情報発信・プロモーション/コンシェルジュ派遣〕

（一社）神奈川大井の里体験観光協会

〔戦略策定/滞在環境整備/コンシェルジュ派遣/体験事業の提供〕

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

吉本興業の芸人と自然体験活動指導者による重層的なコンシェルジュの配置

○都市部でのミニワークショップ実施（無料・予約不要）

「竹アカデミー」への誘因を目的に、都市部における体験プログラムの提供

○「竹アカデミー」オープンキャンパスの開催（初来訪・モニターツアー）

竹を知る、楽しむ、味わう日（日帰り型・宿泊型）。自然体験・クラフト体験・食体験を揃え、体験観光の魅力が詰まったイベントを開催

○「竹アカデミー」への入会促進と再来訪につなげる特典

・竹で制作できるクラフト作品等を掲載した竹カタログを進呈

・マイ竹林DAYの設定により竹林を自由に活用（竹林整備体験等）

・竹labへの参加によるオリジナル商品の開発・制作発表

②反復継続した来訪を促進するための滞在環境の実証

竹アカデミーオープンキャンパスの参加から竹labへの参加を通じ、お試し住宅やキャンプ場を活用した滞在環境を提供することが、ターゲット層来訪者の利便性向上に繋がり、再来訪の促進に寄与するか検証を行う。

今年度事業の目標・KPI

○オープンキャンパス参加者数 80名以上

○オープンキャンパス参加者の満足度 80%（アンケート調査）

○オープンキャンパス参加者の再来訪数 16名以上

〈検証する仮説〉

市部のファミリー層を主なターゲットに、会員制の体験プログラム「竹アカデミー」と重層的なコンシェルジュ機能による人とのつながりが、継続的な来訪につながるか検証を行う。

〈取組概要〉従来実施してきた竹アカデミーの体験プログラムを発展させ、会員制の機能を新設。継続して竹の体験コンテンツを楽しみながら、自らが商品開発・プログラムの作り手になることを目指す。また、重層的なコンシェルジュ機能により参加者のニーズをコンシェルジュ間で情報共有。ニーズごとに得意分野を持ったコンシェルジュへ繋ぎ、手厚いフォローを行うことで参加者のニーズを叶え、コンシェルジュと来訪者ごとのコミュニティを形成する。

〈実施体制〉

大井町 地域振興課／企画財政課
吉本興業（株）
（一社）神奈川大井の里体験観光協会

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
都市部で開催 竹アカデミー出張体験会	9/30	約400名		<メインターゲット> 都市部の小学生の子どもを持つファミリー層 <サブターゲット> 都市部の里山の生活や田舎暮らしに関心の高い20代から30代の独身者
<モニターツアー> 竹アカデミーオープンキャンパス	11/4～11/5（1泊）	<日帰りで参加> 7家族 22名 <キャンプで参加> 5家族 21名	現地までの交通費 B B Q 費用 1,500円／1人	
竹アカデミー（竹ラボ）	11/25, 12/16, 1/21 ※以降月1回開催予定	<アカデミー入校> 5家族 16名 単身者 1名 計17名	年会費 10,000円／1人	

今年度実証事業において判明した課題と解決策

<課題>

●来訪者ニーズの把握と来訪者ニーズにあわせた体験プログラムの提供

<解決策>

●LINEオープンチャット及び竹アカデミーにおいて体験コンシェルジュにより来訪者ニーズを把握し、毎週水曜日に開催している古矢塾において、プログラム研修会を実施することで、来訪者ニーズを実現するための受入体制の確保と体験コンシェルジュ知識の向上につなげた。

現時点で対策方法が見つからない課題

- 「何度も地域に通う旅、帰る旅」の事例が少なく、旅行商品造成に関する経験が乏しい地域においては、適切な価格の設定が難しい。
- 地域内の移動において、コミュニティバスを活用しようとしても、土日の運行が無く来訪者が利用できないケースが有る。

体験コンシェルジュ/プログラム研修事業

●古矢塾（体験コンシェルジュ）のメンバーは多職種に亘るため、それぞれのノウハウを活用・集積することで、様々なプログラムの開発と体験が実現する。竹アカデミーの開講準備とあわせ来訪者ニーズの引き出し方やコミュニケーションツールとなるLINEオープンチャットの活用方法等の検討など受入れに向けた研修事業を展開し再来訪につなげる。毎週水曜開催 18:30～20:30



竹アカデミー事業

●竹アカデミーオープンキャンパスをモニターツアーとして開催し、体験コンシェルジュと来訪者とのつながりを構築し、会員制竹アカデミーへの入講を通じた再来訪につなげる。



●会員制竹アカデミーの開講し、マイ竹林Dayと体験コンシェルジュによる非日常の「楽しい」や「地域」との関りやつながりを提供。



体験コンシェルジュコミュニティ運営事業

●LINEオープンチャット「体験観光のまち・神奈川県大井町」の活用
オープンチャット登録者286名（11/24）

●重層的なコンシェルジュにより、LINEオープンチャットを活用し旅マエにおける情報発信と来訪者と体験コンシェルジュとの関りをつくり、旅ナカでは来訪者ニーズを引き出しやすい環境を醸成する。

更に旅アトにおいて来訪者ニーズに沿った体験プログラムの提案など再来訪のインセンティブの向上につなげる。



事業概要

・初年度に取り組んだ宿泊滞在拠点となる「場」づくり、関係性を生み育むサークル活動的な「コト（企画）」づくり、関係性クリエイター人材やCRM等に取り組む、基盤を生むことができた。2年目は、初年度の課題でもある、雪国観光圏エリア内でのプレイヤー・拠点・企画を複数に拡大、仕組み・体制の進化を行い、来訪による交流人口・関係人口の拡大、来訪頻度の増加、滞在の長期化、地域との多様な接点づくり、消費・事業費の獲得手法の確立を目指して実証実験を行う。

・本事業は雪国観光圏と国内旅行マーケットの新たな需要創出・スキーム化に取り組むじゃらんリサーチセンターが協働。将来的に他地域・多地域にて展開することを想定し、再現性高く汎用化できるモデルを目指し実証を行う。

本事業のターゲット

メインターゲット：Y 世代（1981～1995年、28歳～42歳、幼少期にデジタルが主流となったデジタルネイティブ世代）、主に社会人
サブターゲット：Z 世代（1996～2015年、8歳～27歳、真のデジタルネイティブ世代）、主に大学生

雪国観光圏 2023年度「帰る旅」活動計画イメージ



実施体制

代表主体、連携事業者及び各事業者の役割を記載してください。

- 運営主幹：一般社団法人 雪国観光圏（DMO）戦略策定・事業推進
- プロジェクトサポート：株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター（研究調査部門×エリアプロデュース部門）戦略支援、事業推進支援
- 雪国観光圏推進協議会（各自治体・観光協会の組織）地域内連携、等

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 - ①-1いつでも帰ることができる「場」を増やし、多様な「コト」とつながり仕組みづくり（場とコトの拡大）
 - ・①-1：場づくり（宿泊・滞在拠点の複数化）
 - ・①-2：コトづくり（サークル的な関係性を生む体験の場づくり）
 - ・①-3：「帰る旅体験ツアー2023」を企画
 - ②帰る旅ユーザー拡大のための「アウトマーケティング」施策（関係性のきっかけづくりと拡大）
 - ・②-1：旅マエ新規ユーザー獲得の施策
 - ・②-2：旅マエSNS拡散キャンペーン
 - ・②-3：旅アト紹介制度でユーザー拡大
 - ③地域内プレイヤーの理解を深め拡大する「インナーマーケティング」施策（人材確保・育成、運営体制の強化）
 - ・③-1：帰る旅研究会プロジェクト定例ミーティングを実施
 - ・③-2：帰る旅研究会メンバーで先進事例視察・研修・合宿を実施

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

- ・宿や地域仕事の手伝いを行うことで宿泊滞在場所提供を行うスキームづくり
- ・二次交通の課題解決をトライアル

今年度事業の目標・KPI

- ①-1：場づくり（宿泊・滞在拠点を増やす）【目標：延べ60名・60泊/60人回】
- ①-3：「帰る旅体験ツアー2023」【目標：延べ45名・45泊/45人回】

- 〈検証する仮説〉①いつでも帰ることができる「場」を増やし、多様な「コト」とつなぐ仕組みづくり（場とコトの拡大）
 ②帰る旅ユーザー拡大のための「アウターマーケティング」施策（関係性のきっかけづくりと拡大）
 ③地域内プレイヤーの理解を深め拡大する「インナーマーケティング」施策（人材確保・育成、運営体制の強化）

〈取組概要〉

初年度に取り組んだ宿泊滞在拠点となる「場」づくり（例：ワークインレジデンス「さかとケ」）、関係性を生み育むサークル活動的な「コト（企画）」づくり、関係性クリエイター人材やCRM等に取り組み、基盤を生むことができた。2年目は、初年度の課題でもある、雪国観光圏エリア内でのプレイヤー・拠点・企画を複数に拡大、仕組み・体制の進化を行い、来訪による交流人口・関係人口の拡大、来訪頻度の増加、滞在の長期化、地域との多様な接点づくり、消費・事業費の獲得手法の確立を目指して実証実験を行う。

〈実施体制〉

（一社）雪国観光圏／（株）リクルート ジャらんりサーチセンター／雪国観光圏推進協議会

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
「帰る旅体験ツアー2023」 しなの荘（津南町）	9/28～9/29（1泊2日）	7名（応募18名）	参加者は越後湯沢駅までの往復交通費を負担	関東圏在住でY世代（28歳～42歳）の単身者がメインターゲット
「帰る旅体験ツアー2023」 秋山郷（津南町）	10/14～10/15（1泊2日）	8名（応募16名）		
帰る旅宿泊滞在拠点の拡大 （新規4拠点を準備中）	11月中に準備整い次第OPEN	現状未定	交通費、食費等の 現地滞在費	
「帰る旅体験交流会」（都 内開催全2回）	9/20、12/8	27名(9/20)	1,500円	

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

プロジェクト運営資金の獲得のためのマネタイジング方法。

＜解決策＞

現在2つの解決策を実施及び検討中。①テーマ別1泊2日ツアーを実施、今後ツアー商品として有償化を検討／②「さかとケ」等の拠点滞在中ユーザー向けに街や取組の解説×関係性構築を目的とした有償ツアーを検討中（2h程度のプログラムを想定）

現時点で対策方法が見つからない課題

- 持続可能な組織運営にむけた組織マネジメント方法（管理人材の業務委託・雇用等が妥当かどうかの検討）
- 関係人口の効果を県市町村行政との連携により、移住や雇用面でプラス影響となる可能性がある。来年度に向けて連携方法を検討したい。
- ツアー開催時以外の津南町秋山郷エリアなど公共交通機関による行き来の難易度高いエリアへの交通手段（実際は観光協会のサポートがあれば解決可能でもあり、観光行政との情報連携）

① 場とコトの拡大

南魚沼市に加え、湯沢町・十日町市・津南町に場とコトの拡大を実施。「帰る旅スタディツアー」による実証実験、および、お手伝い×宿泊滞在拠点の拡大（+4拠点、全5拠点）を行った。来年度の運営参加メンバー獲得に向けた観光行政・事業者向け事業説明会も行った。



左：「しなの荘」の女将さんと考える『おひとりさまリトリート温泉宿』再生プロジェクトツアー（9月開催）

右：「秋山郷」古民家のある日常 再興ワークショップツアー（10月開催）

② 関係性のきっかけづくりと拡大

新規ユーザーの獲得に向けて、noteやX（Twitter）にて、地域の関係性クリエイター（プロジェクトリーダー）が手掛けるテーマについて、思いや背景などストーリー性の高い記事配信を実施。共感を得た状態で現地に来ることで関係性を深めることにより効果的だった（写真上）。旅アトでは、LINEオープンチャットを活用した継続的なコミュニケーションを実施中（現在3つのコミュニティが継続）。いつでも日常の中で個と個で情報発信することで途切れないつながりを生んでいる。また、すぐ現地に来るにはハードルの高いユーザー層の開拓のため、東京都内でのイベントを実施（写真下右）。「帰る旅」のテーマを理解し、疑似体験する場として実施した。9月実施の都内イベントには参加者の中で2名、ツアー参加者も出現している。



③ 人材確保・育成、運営体制の強化

初年度、南魚沼市中心に9名だった運営メンバーが今期は津南町・十日町市・湯沢町からも参加し16名の組織に拡大。帰る旅への期待・関心の高いメンバーの追加により新たなテーマ企画も加わり、初年度以上に企画の厚みも出ている。

トップダウン型ではなく、自発的に宿泊事業者・行政・観光協会所属者等が手挙げ式で組織（帰る旅研究会）に参加。

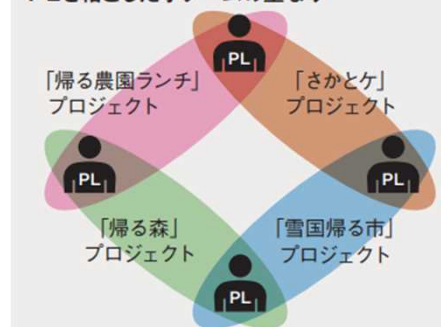
東京での先進事例視察、人材育成研修（1月実施）、定例会議（隔週）等を通して、互いに助言しあいサポートしあうことでより取り組みが生まれ、進化していく組織マネジメントを行っている。

【東京での視察先】

小杉湯・銭湯ぐらし（高円寺）、クルミドコーヒー（国分寺）、HAGISO・日本まちやど協会（谷中）



フラットな組織
PLを軸とした小チームの重なり



PL=各企画のプロジェクトリーダー

事業概要

長和町は子育て日本一を目指す町として、課題である「人口減少・少子高齢化」が生まれる「歴史・文化」の維持を解決できる【保育園留学】の取り組みを実施する。長和町の歴史的建造物を使った滞在先や観光資源を活かしたコンテンツを用意し、ここでしか体験できない「コト」を家族で中長期的に体験する事で、長和町のファンとなり、2度3度訪れ「第2のふるさと」として移住・定住への架け橋となる。

また、歴史的建造物を活かし「IT×宿場」という切り口で、IT業界やベンチャーによるソフトウェア関連イベント「ハッカソン」を企画実施し、歴史的建造物の新たな活用方法を見出す実証実験を行う。

本事業のターゲット

メインターゲット：都心に住むIT業界等に従事している子育てに関心の高い、30代の子育て家族。

サブターゲット：日本の歴史や文化に興味のある20代～30代。ベンチャー企業・デジタル業界に特化した業種に従事した都心に住む若者。



実施体制

信州・長和町観光協会（全体取りまとめ・進行管理）
長和町役場産業振興課・企画財政課・教育課（各事業サポート）
株式会社キッチンハイク（保育園留学連携）
NPO法人 和田のあしたを考える会（滞在施設サポート）
株式会社Seekcloud（ハッカソンイベント、HP・オンライン広告）

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

●保育園留学で初来訪〈期間中来訪者数：48名（12組）〉

「保育園留学」を活用した家族で中期滞在による移住体験プログラム。園児がいる家族を対象とし、長和町和田保育園への短期留学、親はテレワーク環境で仕事を行い、歴史的建造物「羽田野」で移住体験を実施する。体験期間中には地域住民と関わり、地域ならではのコンテンツ（農作業や狩猟体験等）を体験することで、旅行では味わえない体験をする。滞在先として歴史的建造物「羽田野」を活用し、滞在実証・アンケート調査を行う。

●歴史的建造物「羽田野・大黒屋」でハッカソン〈期間中来訪者数：30名〉

「IT×宿場」を切り口に、都内で実施される技術開発等に用いられるイベント「ハッカソン」を歴史的建造物である「大黒屋」等で実施する。期間中は地方ならではのコンテンツ（宿場歩き等）を用意、地域と触れあい、都心とは違う空気を感じ、リフレッシュできる地域を演出することで、再来訪する仕組。会場は保育園留学滞在中のテレワーク先としても活用する事で滞在実証も行う。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

収穫体験等の農作業実施や滞在施設への知人等を招き入れ、みんなで移住体験し、意識の共有を図る。また都心に住む家族の多くが車を所有していないと思われることから、レンタカー費用の一部を負担する。

今年度事業の目標・KPI

【保育園留学事業】参加家族数：12組（48名）、滞在宿泊数：168泊、再来訪：10名 アンケート調査：満足度80%以上

【ワーケーション事業】テレワーク施設利用者数：500名、ハッカソンイベント回数：2回、ハッカソンイベント参加者数：30名、宿泊数：60名

実証実験期間中来訪者合計人数：608名

〈検証する仮説〉都心部の子育て家族にとって、移住への課題が多く（教育面、収入面、地域情報の収集など）踏み出せない家族が相当数いると見込まれる。長和町は子育て日本一を目指す町として、この課題を解決できる【保育園留学】の取り組みを実施し、家族を中長期的に滞在できる滞在施設とテレワーク施設を組み合わせた施設を用意して、家族丸ごと長和町で住むように中長期滞在をする事で第2のふるさとになる。

〈取組概要〉

- ①長和町の歴史的建造物を使った滞在先や観光資源を活かしたコンテンツを用意し、ここでしか体験できない「コト」を家族で中長期的に体験する事で、長和町のファンとなり、2度3度訪れ「第2のふるさと」として移住・定住への架け橋となる実証実験を行う。
- ②「IT×宿場」を切り口に、都内で実施される技術開発等に用いられるイベント「ハッカソン」を歴史的建造物である「羽田野」で実施する。期間中は地方ならではのコンテンツ（宿場歩き等）を用意する。

〈実施体制〉

信州・長和町観光協会（全体取りまとめ・進行管理）
 長和町役場産業振興課・企画財政課・教育課（各事業サポート）
 株式会社キッチハイク（保育園留学連携）
 NPO法人 和田のあしたを考える会（滞在施設サポート）
 株式会社Seekcloud（ハッカソンイベント、HP・オンライン広告）

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
ハッカソンイベント 【シッカソン】DAY1/2	11月3,4日	17名	現地までの交通費 とイベント参加費用を負担（1.3万円～）	IT事業に従事する都心に 住む向上心の高い若年層。 狩猟に興味を持ち、地域の 課題解決に興味のある ヒト。

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

イベント参加費の徴収方法を「現地払い」とした為、当日のキャンセルが3名でた。

＜解決策＞

イベント参加費用の決済方法を準備して（予約を入れた時点での徴収できるように）取りこぼしがないようにする。

現時点で対策方法が見つからない課題

保育園留学事業での、園児の保護者からの合意形成が取れなく事業が止まってしまった。

保育園留学保護者説明会の際に、事業を説明したところ、「未来の事業よりも今の問題を解決してほしい」と強い意見があり町に「小学校統合問題」が上がっており、その問題を先に解決するべきと保護者の方たちから合意が取れなかった。保護者としては保育園留学も統合問題も〈2つとも町の事業〉として捉えており、統合問題を早期解決することが優先となってしまう流れとなった。

テレワーク事業事業①

●「ITで鳥獣被害を解決する！」ハッカソンイベント〈シッカソン〉開催
「IT×宿場」を切り口に、都内で実施される技術開発等に用いられるイベント「ハッカソン」を歴史的建造物である〈羽田野〉で実施。地域の狩猟する住民を講師に招き、鳥獣被害の課題や座学、フィールドワークを用意し、地域住民との関係交流の構築を目指す。宿泊先には長和町の別荘地にあるペンションで、ジビエBBQを用意して交流会を実施。



保育園留学事業①

●保育園留学 滞在施設〈羽田野〉SNS運用でコミュニティ形成
「第2のふるさとづくりプロジェクト」実証事業での長和町ファンコミュニティ形成用アカウントの開設。実証事業で生まれた関係人口・交流人口の「集いの場」を形成すると共に、長和町の今を定期的に配信して、長和町の人々との関係性を築き、再来訪を促進するHABを用意しました。



テレワーク事業②

●宿場町歩きコンテンツ
地域住民によるコンシェルジュガイドで宿場歩きコンテンツ用意。
住民による長和町での生活や、地域の魅力などを歴史・文化と共に触れていただき地域への興味・関心を造成する仕組み作りを実証しました。



事業概要

令和4年度の事業の実証から見てきた本事業趣旨に沿った、第2のふるさとに繋がるターゲットをさらに深堀りし、課題として浮彫りとなった、反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の整備を行う。

下呂市が本来もつ魅力（温泉、豊かな自然、温かい人や文化）を旅行版の「チル消費」によって、「都会の生活に疲れた時に自分を見つめ直しに帰る場所」という「第2のふるさと」の新しい定義につなげる「チルアウト下呂温泉郷」として「定期的に身体も心も癒しをもらえる場所」「疲れたら自分を見直しに帰る場所」として、「非日常」ではなく、「日常の延長線」（＝「第2のふるさと」）につながる新たな滞在価値を提供する。併せて、そこでの地域住民との交流を作り、交流人口から関係人口に繋がる関係性の構築する。

本事業のターゲット

●メインターゲット：・20代～30代女性・愛知県在住
専業主婦ではなく仕事をしており、旅行には主に友人といく人
「リラックスする息抜きがしたい：78.5%」「チルアウトという言葉を知っている：48%」（ネオマーケティング 休息系趣味・娯楽に関する調査2022年12月）というインサイトを持っている方）

●サブターゲット：・東海エリア在住の20代前半のいわゆるZ世代

事業地域のマップ上にイメージ図、写真等を添付してください。



実施体制

代表主体：一般社団法人下呂温泉観光協会（先駆的DMO）

▼滞在環境整備等、戦略策定支援、経理、情報発信、移動環境整備

下呂市・下呂温泉旅館協同組合・南飛騨馬瀬川観光協会・飛騨小坂観光協会・萩原町観光協会・下呂市エコツーリズム推進協議会・株式会社ライドシステムズ

▼戦略策定支援、情報発信、滞在環境整備等：株式会社リクルート

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

※令和4年度「第2のふるさと事業」で獲得した約2200人のプラットフォームを活用

●「チルアウト」のテーマを追求した、コンテンツの開発と参加者の受け入れ。モニターツアーに限らず各地域で実施するプログラムをLINE登録者に対して定期的に発信。コンテンツ紹介に限らず地域住民も登場するなど地域住民との接点も強化した情報提供を続ける。

●LINEの拡張機能を活用したロイヤリティプログラムを実施する。

具体的には「チルアウト体験」ができるスポットにはQRコードを設置し、LINEで読み取るとポイントを獲得できる。獲得した数のポイントに応じた特典を付与し、再来訪のきっかけを提供し、下呂市の継続的なファン化につなげる。

下呂市の新たな旅の形として「チルアウト下呂温泉郷」を情報として掲載し、本事業で造成された滞在コンテンツの紹介する。予約ができるLPを制作し、令和6年度以降地域が自走して受け入れる仕組みを構築する。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

ゲストハウス>「泊まる」だけではなく、滞在中に地域住民との交流の場としてプログラムを設け、コミュニケーションを通して「心を通わせる場」としても機能させる。二次交通>下呂市エコツーリズム推進全体構想にのっとり「道路運送法に基づく旅客自動車運送事業の許可」を活用した事業者による送迎の構築

今年度事業の目標・KPI

①モニターツアー参加者:30人

（現地までの交通費・体験プログラムなど一部有償）

②LINEでの定期的なコンテンツ紹介による来訪：20人

③チルポイント獲得での地域への来訪：30人 合計80人回（①+②+③）

〈検証する仮説〉

下呂市がもつ魅力（温泉、豊かな自然、温かい人や文化）を「チルアウト」のコンセプトでつなげ、「定期的に身体も心も癒しをもらえる場所」「自分を見直しに帰る場所」として、「非日常」ではなく「日常の延長線」として滞在価値を提供し、再来訪につながるかを検証する。

〈取組概要〉

「①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくり含む）」として「チルアウト」のコンセプトに沿ったモニターツアーを新設して実施すると共に、受入側のスタンスをより磨くためのコンシェルジュ研修やLINE（昨年度の第2のふるさと事業の中で構築したもの）を活用したマーケティング、ロイヤリティプログラムによる再来訪促進を実施。

「②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証」として、地域に暮らすように滞在する場所として地域一体でゲストを受け入れる体制を作ると共に、下呂市エコツーリズム推進全体構想にのった「道路運送法に基づく旅客自動車運送事業の許可」を活用する取組を実施。

〈実施体制〉

- ・一般社団法人下呂温泉観光協会 ・下呂市
- ・下呂温泉旅館協同組合 ・飛騨小坂観光協会
- ・南飛騨馬瀬川観光協会 ・萩原町観光協会
- ・下呂市エコツーリズム推進協議会
- ・株式会社ライドシステムズ
- ・株式会社リクルート

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
モニターツアー	馬瀬地区：10/14～15、11/11～12 萩原地区：10/14～15、11/18～19 小坂地区：10/21～22、11/11～12	のべ24人 （申込数107人）	参加者は現地までの交通費を負担	20代～30代女性 （愛知県在住）
ロイヤリティプログラム	11/1～12/24（実施中）	のべ約220人	参加者は現地までの交通費を負担	20代～60代女性・男性
コンシェルジュ研修	10/10	15人	なし	モニター実施事業者

今年度実証事業において判明した課題と解決策

※中間報告会で課題を抽出し、対策を練り2回目のツアーに改善を行った。

＜課題＞

- ①ゲストとホストの関係性をより深くする必要性
- ②ゲスト同士（参加者全員）の関係性もより深くする必要性
- ③地域の方との接点、町の魅力を自然な形で伝える必要性

＜解決策＞

- ①②ネームコーリング効果を高める為、自然な形でお互いを名前で呼びあうことを意識する。ゲストとホストが分断しないよう食事の際の席に配慮したり、郷土料理を一緒に作るなど交流型の体験プログラムを取り入れる。
- ③地域のお店に立ち寄ったり、プログラムに地元の方を招き入れ自然な流れの交流の場を設ける。

現時点で対策方法が見つからない課題

地域内で「道路運送法に基づく旅客自動車運送事業の許可」について研修会を行い、今回のモニターツアーで実証したが、最寄り駅と体験場所の1対1の関係性でしか事業者の送迎ができない。そのため、地域の中でいくつかの拠点をめぐる場合は、交通事業者を巻き込む必要性があり地域事業者の運営では実現できる滞在プランの限界が実証された。

モニターツアー

下呂の馬瀬・萩原・小坂の3地区で、10月と11月に同じ参加者を招いたモニターツアーを実施。星空の中でのキャンプや森林ヨガ、大自然のサウナや地元農家と地元シェフとのプログラムなど各地域の特徴を生かしたチルアウトのコンテンツを用意。モニターツアーを通して地域の人とのコミュニケーションの場（一緒に体験・郷土料理作りなど）を積極的に作った。1回目のツアー後にはモニター参加者のアンケートをベースとした振り返り会を実施し、2回目のツアーに向けてブラッシュアップをかけ、更に関係性を深くするポイントなどをツアーに設計した。それにより、モニターツアー終了後に事業者と参加者、参加者同士がSNS等で繋がるなど再来訪のきっかけを自然につくる事ができた。



コンシェルジュ研修

地域を訪れてくれた人をどう受け入れれば下呂のファンになっていただけるのか、参加者との「共感接点をどう作るか」というホストとゲストの関係性作りの他、自地域内だけでなく、周辺地域やステイクホルダーとなる事業者どう連携をとるかについて、ワークショップ形式での研修を実施。参加者全員の満足度100%で、人と人がつながる「共感接点」の重要性を学んだ。

●コンセルジュ研修の様子

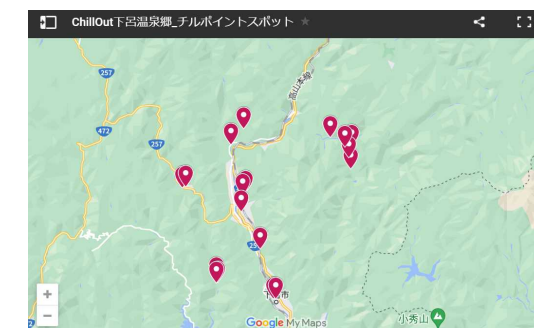


●研修内容をツアープログラムにも導入した様子



ロイヤリティプログラム

下呂市内に19か所のチルポイントを設定し、現地に設置したQRコードを読み取るとポイントを付与できる仕組みをLINEで構築。ポイント数に応じて、温泉湯めぐり手形や温泉宿泊割引券をプレゼントすることで次回の再来訪につなげる取組を実施。のべ約220人が参加し、中には10スポット以上周遊する利用客も存在。下呂温泉以外の地域も複数設置することで周遊促進につながった。プログラム終了後、参加者に対し再来訪以降などをヒアリングするアンケートを実施予定。



事業概要

栗東市走井集落の地域資源や立地の強みである「すぐそこにある自然」を活かし、「森林や農業に触れる機会を創出し、年間を通じて「あそび、体験、学びが可能なフィールドの提供」を行う。遊びに来る側でも、遊びを提供（催事等を運営する）側でも関われる仕掛けを作り、栗東市走井集落での原体験がある近隣都市住民を増やし、関係性を維持していく。栗東市走井集落が、「地域住民に頼れる窓口（コンシェルジュ）がある」とともに、「濃すぎず、薄すぎず、それぞれの訪問者にとってほどよい距離感の人間関係を作る」、それゆえに「気兼ねなく、何度も訪れることができる」ような、第2のふるさととなることを検証する。

本事業のターゲット

メインターゲット：子育て世代、親は35～45歳、子は4～10歳を想定

サブターゲット：近隣の大学生（立命館大学、龍谷大学、滋賀大学、滋賀県立大学、その他京滋地域の大学）



実施体制

代表主体；一般社団法人栗東市観光協会

連携団体；栗東市（連絡調整）、明日の走井を考える会（地域活動・交流の場運営）、NPO法人くらすむ滋賀（滞在環境検証）、帝産湖南交通株式会社（移動環境検証）、Melialei（コンシェルジュ育成指導）、TRAD（プロモーションツール制作）、株式会社フォルテ森林技術研究所（コミュニケーションツール運用および検証）

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

i. 地域の農業・自然・文化を題材に通年の体験イベントを軸として体系的に提供して、「遊び」と「体験」を地域訪問の「きっかけ」とする。

ii. 親子連れ家族が地域とセミ・クローズドな関係を継続する仕掛けとして「いつでも遊びに来ていい」証明の年間パスポートを創設する。

iii. 学生には、アルバイト雇用の運営サポーター「学生コンシェルジュ」として運営側に立つ関わり方を用意し、走井に来る「用事」を創る。

上記により、それぞれの世代に走井に来る目的を創り、「原体験の場」としてもらい、走井を第2のふるさととして、ライフスタイルの様々なステージで長く関わってもらう人を創出する。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

i. 地域住民がそれぞれできる範囲で来訪者を受け入れる体制に、学生のアルバイトは体験や遊びのサポートをする運営サポーターになり、中核人材がそれらの窓口・橋渡し役となる重層的なコンシェルジュの体制を創る。

ii. 足がない学生を想定した滞在と来訪のための交通手段の整備。

iii. 地域内の移動手段の確保と拠点駅からの二次交通の強化を行う。

今年度事業の目標・KPI

①「年間パスポート」発行数 10家族・30人

②田舎のバイト 参加学生 のべ50人

③すまいの記憶史調査体験 参加者 10人

④1to1マーケティング プレゼン資料制作1点、訪問目標数 5社（大学含む）

⑤ショートムービー 制作数5モデル、11点 総再生回数目標 合計1,000回

〈検証する仮説〉地域での宿泊体験や農業体験、住民との交流を通して豊かな自然・やまのある暮らしを体感すること（家族向けの農業・自然等を題材とした学びのプログラムと学生向けの地域行事にボランティアで参画するプログラムを造成）、2次交通や空き家を活用した宿泊環境整備、旅アトも地域と関われるコミュニケーションツールの運用により、第2のふるさとと呼べるような地域になりえるのではないかと。

〈取組概要〉

「すぐそこにある自然」を活かし、「森林や農業に触れる機会を創出」し、年間を通じて「あそび、体験、学びが可能なフィールドの提供」を行い、遊びに来る側でも、遊びを提供（催事等を運営する）側でも関われる仕掛けを作り、「地域住民に頼れる窓口（コンシェルジュ）がある」体制を構築する。

〈実施体制〉

（一社）栗東市観光協会/栗東市/明日の走井を考える会/株式会社フォルテ森林技術経営研究所/TRADトラッド/Melialei

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
すまいの記憶史（民俗）調査体験	7/29	2名	参加者は現地までの交通費を負担	都市圏の大学生。
農業体験（稲刈り） 学生コンシェルジュ宿泊交流	9/24（9/23～24）	15名（+8名）	1,000円	都市圏在住の子育て世帯および大学生。
走井 de 村コン	10/14	17名（+8名）	男性3,000円、 女性2,000円	都市圏在住の25～35歳の単身者。
収穫祭（ハーベスタin走井） 集落での宿泊体験	10/29（10/28～29）	250名 3名（+8名）	イベントは参加無料 宿泊体験1人2,000円	都市圏在住の子育て世代。

今年度実証事業において判明した課題と解決策

家族向け／農業・自然等を題材とした学びのプログラム造成：造成できた（過去の蓄積もプラスに作用）

＜課題＞“非日常の体験”の提供だけでなく、“日常のなにげない体験”にニーズあり。（特に家族連れ）
ここをコンテンツ化していくことに、もっと地元が目を向けていくことが必要

＜解決策＞実績を重ねる。地元の中での作戦会議に学生コンシェルジュが入り込むことで、場の雰囲気や和ませる役割を担っている。

学生向け／地域行事にコンシェルジュとして参画するプログラム造成：学生の巻き込みは“アタリ”だった。

※卒業後も再来訪を希望。地域にない“カッコいいお兄さん”役を担ってくれ、学生にも手ごたえに。

＜課題＞学生が関わりやすい時期での催事、時期的な催事の平準化（秋に集中している）
学生の関わり方の選択肢（地元観光農園でのアルバイト等）を増やすこと

＜解決策＞大学と地元との作戦会議的な対話の場の設定、事業企画への大学の関与
学生の関与の連鎖（先輩から後輩への継承）により関与学生の層を厚くする

関係人口の創出：リピーター来訪者もあった。学生分は純増。

＜課題＞継続的な再来訪の創出、走井を真に“第2のふるさと”としてもらう

＜解決策＞ゲストとしての関わりから（準）スタッフとしての関わりへと進めるプログラム（催事）設計
それらの地元の受け入れ方の検討

現時点で対策方法が見つからない課題

空き家を活用した滞在環境の整備：

事業実施のエリアは「市街化調整区域」に位置しているため、空き家利用の際には、栗東市の住宅課、都市計画課への事前調整が必要であったため、今回の実証事業では空き家を活用できず、既存の民家を利用した点。

2次交通の創出による来訪のしやすさ確保：

都市近郊に立地するためか、バス利用者数は、少なかった。ファミリー層の多くは自家用車中心だが、学生は足を求めている。“もっとオンデマンド”な仕組みが必要？（究極のオンデマンドは、地元の人による送迎）

地域内滞在コンテンツ拡充×二次交通整備

遊休農地を再生した体験農場を活用した体験コンテンツ①、②走井de村コン、③収穫祭（ハーベスタin走井）を実施し、稲刈り体験および収穫祭にあわせて地域での宿泊体験、既存の期間限定運行バスの路線拡大増便に取り組み、地域との関係性を築き、再来訪を促進する仕掛けを構築した。



稲刈り体験



収穫祭（ハーベスタin走井）



コミュニティバス増便

学生コンシェルジュ育成×集落宿泊体験

学生の宿泊体験を受け入れた
地元の方と学生にとって
原体験学生も役割を担って
イベントを企画運営宿泊体験の子どもとの交流
“カッコイイお兄さん・お姉さん”

地域に來訪する参加者と地域住民との橋渡し役として、都市部の学生がコンシェルジュ役に。イベントの企画・運営の質向上と来訪者ー地域のコミュニケーション促進が実現。学生自身にとっても“走井で原体験・走井が第2のふるさと”となる手応えある活動になった。

ファンコミュニティ形成

地域での宿泊体験、地域住民との共同の作業に加え、来訪者がより地域に打ち解け、地域理解を深める仕掛けとして、地域住民との交流会を実施した。また、旅アトも地域とのコミュニケーションが図れるように、複数回来訪者に向け会員証の発行、およびSNS上にファンコミュニティを形成する。

会員証とSNSによる
旅アトの
ファンコミュニティ形成世代を超えた
再来訪の
循環家族と子ども
の原体験

地域での宿泊体験

事業概要

持続可能な観光の取り組みが国際的評価も受けた人口約3,400人の京都府南丹市美山町全域を学習のためのキャンパスとし、教育機関を新たな観光のターゲットとし、来訪者をまちづくりの協力者（準住民）と捉えて、何度も通うことで学びを深める地域密着の課題解決型ラーニングツーリズムを実施することで再訪、移住に繋げる。本事業では特に旅アトコンテンツ造成に注力する。R4年度事業で明らかになった、「地域行事への参加」の高いニーズに応えるため、茅刈り等の地域内の活動を来訪者も参加できるよう、地域振興会と連携してコンテンツ化し地域への「関わりしろ」や地域住民との偶発的な出会いを創出する。

本事業のターゲット

メインターゲット：京阪神在住の観光やまちづくり、環境保全等を学ぶ学生（20代・グループ・組織の枠部みの中で来訪）
サブターゲット：京阪神、東京近辺地域在住で、観光、まちづくり、環境保全等に関心があり、地方就職や移住を検討している個人（20～30代）



実施体制

(一社)南丹市美山観光まちづくり協会(実施主体)：事業統括/CRM運用等
京都大学芦生研究林：情報発信/モニター実習実施協力
神戸大学国際文化学研究所：戦略策定/情報発信/モニター実習実施協力
京都ホテル観光ブライダル専門学校：モニター実習実施協力
美山ふるさと株式会社：滞在環境整備/モニターツアー企画実施
知井振興会：合意形成及び受入協力 南丹市：合意形成

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
教育機関の実習等のために来訪する学生等を対象にした、地域密着型のラーニングツーリズムを磨き上げ、地域への理解を深めるための仕組みとして、旅マエのオンラインセミナーやWEB記事発信を行う。
特に、本事業ではR4年度事業を活かし、実習後の地域との関わりしろとして、茅刈りや雪かきなど担い手不足が深刻になりつつある地域行事を地域住民との交流を楽しめる課題解決型体験コンテンツとして造成・提供することに注力し、別途実装予定のCRM（ご当地ナビ）を運用し、実習参加者を中心とした再来訪率を検証する。
旅ナカにおいて、ゆるやかな地域住民との交流を創出する仕組みとして、地域コーディネーターを育成し、若年層が地域に愛着を持ち、継続的に関わる仕組みを構築する。これらの取り組みを通して、地域との継続的な交流を促進し、「何度も地域に通う旅、帰る旅」の普及・定着を図る。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
地域事業者等と連携し、農作業やイベント業務補助の対価として、割安な滞在費用で中期滞在可能なプログラムを造成。地域DMOや観光コンシェルジュが全体をコーディネートし、滞り場所での地域住民との交流の場も創出する。

今年度事業の目標・KPI

- ・参加者満足度 大変満足、やや満足、満足の回答者85%以上
- ・来訪者が参加可能な地域行事や農作業プログラム 4本企画、実施
- ・美山観光コンシェルジュを新たに5名養成
- ・関係人口を創出し、農村景観や伝統文化を維持し、地域活性化を図る。

〈検証する仮説〉

旅アトの地域との関わりしろとして、担い手不足が深刻になりつつある地域行事を地域住民との交流も楽しめるコンテンツとして造成し、地域コーディネーターを育成することが、来訪者が地域に継続的に関わる仕組みを構築することにつながり、持続可能なまちづくりに一定寄与する。

〈取組概要〉

教育機関を新たな観光のターゲットとし、来訪者をまちづくりの協力者（準住民）と捉えて、何度も通うことで学びを深める地域密着の課題解決型ラーニングツーリズムを実施することで再訪、移住に繋げる。R4年度事業で明らかになった、「地域行事への参加」の高いニーズに応えるため、茅刈り等の地域内の活動を来訪者も参加できるよう、地域振興会と連携してコンテンツ化し地域への「関わりしろ」や地域住民との偶発的な出会いを創出する。

〈実施体制〉

(一社)南丹市美山観光まちづくり協会
京都大学芦生研究林/神戸大学国際文化学研究所:
京都ホテル観光ブライダル専門学校/美山ふるさと株式会社/知井振興会/南丹市

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
鮎まつり	8月11日～8月14日	8名	現地までの交通費と食費実費に当たる9,900円の参加費	京阪神地域在住で観光、まちづくり、環境保全等を学び、学校など組織の意向により当該エリアにグループで来訪する大学生及び大学院生
稲刈り	9月22日～9月24日	4名		
伝統食	9月29日～10月1日	5名		
茅刈り	12月1日～3日	7名		

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

参加者をお客様扱いする傾向があり、参加者ができる仕事に限定的になるケースがある。受入側もが参加者に指示することに慣れず、仕事を任せられない。

＜解決策＞

コーディネーターが受入側が希望する仕事と参加者ができる仕事の事前マッチングを行い、事前に実施要項を作成し、双方に送付。

現時点で対策方法が見つからない課題

経済的に自立して運営する方法を模索している。

人件費も参加者の費用負担に乗せると、十分な参加人数が確保しづらい。

旅アト事業 地域のお仕事サポータープログラム

R4年度事業で明らかになった、「地域行事への参加」の高いニーズに応えるために多様な地域内の活動を来訪者も参加できるように地域事業者や地域振興会等と連携して、プログラム化し、地域への「関わりしろ」や地域住民との偶発的な出会いを創出。

例：夏祭り、稲刈り、伝統食加工、茅刈り等



旅マエ 情報発信事業

美山を訪れる前に、地域の歴史や地域住民の地域への思い、地域住民のライフストーリーを学ぶことができる事前学習資料や紹介記事を作成。各種旅アトプログラムでは旅のしおりを事前送付。来訪前の地域へのタッチポイントを増やすことで、地域への愛着を醸成し、再来訪意欲向上に繋げている。



旅ナ力 大学研修受入事業

まちづくりや観光、農村計画等に関心のある大学生を対象に各大学と連携して、実地研修プログラムを提供。観光コンシェルジュへのインタビューも組み込み、地域住民との対話の時間を確保することで、再来訪に繋げる工夫をしている。



事業概要

コロナ禍を経て、「ものづくりの背景」を重視する消費者が増えているトレンドを踏まえ、時代時代の暮らしに寄り添うものづくりに取り組んできた丹波焼の産地である立杭の郷において、農山漁村滞在型旅行・農泊の陶芸版である「陶泊」の実証を行う。

従来型の窯業産地に見られる窯元巡りや短期的なイベントではなく、作り手個人との深い交流を図ることで、親密感と特別感を演出し、「美意識を磨くために帰る場所（第2のふるさと）」として、立杭の郷と都市圏生活者との結びつきを深める。この結果、産地への滞在時間が増え、反復継続的な来訪による活性化を通して、地域の持続可能性確保につなげる。

本事業のターゲット

メインターゲット：「ものづくり体験を子どもに提供したい子育て層」
年代：30代～40代、性別：女性

サブターゲット：「ローカルクラフト関心層」
年代：30代～40代、性別：男性



実施体制

代表主体：丹波立杭陶磁器協同組合(組合員たる窯元との調整、実施主体間の総合マネジメント、経理主体)

連携実施主体：丹波篠山市(政策連携)、公益社団法人ひょうご観光本部(広報PR)、ミテモ株式会社(企画開発)、トランクデザイン株式会社(クリエイティブ・デザイン)、Airbnb Japan株式会社(民泊サポート)、一般社団法人ウイズささやま(体制構築、販売)、Satoyakuba(窯元の伴走支援)

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

■地域の体制づくり

民泊の運営に関する勉強会、滞在メニュー開発ノウハウや地域をガイドするためのノウハウを学ぶ研修等を実施し、受入れ体制を構築。陶泊運営窓口を設定し、コンシェルジュ機能を担う窓口管理者・担当者を配置する。

■旅マエにおける来訪促進

「いこーよ」「Local Craft Market」「ソトコト」等を通じたプロモーション、オンラインイベント、神戸空港就航都市連携事業CRMを活用した広報等を行う。

■旅ナカにおける来訪促進

窯元で民泊を行い、「関係コンシェルジュ（仮）」による多様な交流機会創出と、地元ならではの機会を提供することで、地域に愛着を持ってもらう。

■旅アト（次の旅マエ）における再来訪促進

LINEグループの開設、「丹波焼陶器まつり」運営のボランティア呼びかけ 等

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

窯元の工房に滞在し、地域に根ざした仕事の体験、食卓を囲んでの交流などを通して、作り手の美意識を学ぶ丹波焼の里ならではの文化体験を提供することが、滞在期間増加および継続的な再来訪につながるかを実証する。

今年度事業の目標・KPI

【定量目標①】地域外からの訪問人数 合計80人泊・回(50人泊 + 30人回)

【定量目標②】滞在プログラム参加者の満足度 5段階評価平均4.2以上 等

【定量目標③】広報イベント参加者 合計180人

【定量目標④】滞在型観光事業に対する組合員の意識変容

【定量目標⑤】事業期間中の地域外からの再来訪者 20名

【定性目標】成功体験の地域内共有（手応えと課題の明確化）

〈検証する仮説〉

ものづくりのプロセスにこだわる窯元の工房に滞在し、地域に根ざした仕事の体験、食卓を囲んでの交流などを通して、作り手の美意識を学ぶ丹波焼の里ならではの文化体験を提供する体験プログラム開発と受入れ環境を整備することが、地域への滞在期間増加および継続的な再来訪につながるか。

〈取組概要〉「ものづくりの背景」を重視する消費者が増えているトレンドを踏まえ、時代時代の暮らしに寄り添うものづくりに取り組んできた丹波焼の産地である立杭の郷において、農山漁村滞在型旅行・農泊の陶芸版である「**陶泊**」の実証を行う。

作り手個人との深い交流を図ることで、親密感と特別感を演出し、「**美意識を磨くために帰る場所（第2のふるさと）**」として、立杭の郷と都市圏生活者との結びつきを深める。この結果、産地への滞在時間が増え、反復継続的な来訪による活性化を通して、地域の持続可能性確保につなげる。

〈実施体制〉

丹波立杭陶磁器協同組合 / 丹波篠山市 / 公益社団法人ひょうご観光本部 / ミテモ株式会社 / トランクデザイン株式会社 / Airbnb Japan株式会社 / 一般社団法人ウイズささやま / Satoyakuba

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
勉強会、ワークショップ	2023/7/14、8/21、8/22、8/23	40名	0円	窯元、さとびとガイド（ガイドコンシェルジュ）
モニターツアー	9/25,26, 10/23,24	10名	現地までの交通費	・クラフト好き男性（30-40代） ・ものづくり体験を子どもに提供したい子育て層（女性）
オンラインイベント	11/5, 21	65名	0円	

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

- ・旅館業法に基づく営業許可を取得するための設備等の条件整備
- ・若手陶工が、窯元や立杭の郷をガイドするに際しての事前準備等

＜解決策＞

- ・保健所、消防署、建築士等の専門家と事業の趣旨等を共有した上で密に連絡調整することで許可取得に辿り着いた。
- ・勉強会やモニターツアーを重ねることで経験を積むことができた。

現時点で対策方法が見つからない課題

- ・宿泊を受け入れる窯元の件数を広げていくための働きかけ
- ・窯元や協力事業者と連携・調整しつつ、「陶泊」を継続的に運営していくためのマネジメント人材の活動費用の確保

①勉強会、ワークショップ

窯元やガイドコンシェルジュと共に「陶泊」のあり方を学び考える勉強会やワークショップを複数回、開催した。顧客ニーズや滞在プロセスの設計方法、ガイドのマインドセット、民泊の実情や宿泊受入れ環境整備のあり方等について、専門家のファシリテーションの下で対話を重ねた。



②陶泊モニターツアー

クラフト好き男性（30-40代）及びものづくり体験を子どもに提供したい子育て層（女性）ごとにモニターツアーを実施し、さとびとガイドと共に、旅を設計・実施・振返りを重ねた。窯元自身がガイドを担い、窯元に泊まることで生まれる体験価値と深い交流が再来訪意欲を高めることが検証できた一方で、事前情報の提供方法や、販売価格の設定のあり方などの課題が明確化した。



③オンラインイベント

2024年春に予定している一般公開に向けたプロモーションの一環としてオンラインイベントを実施した。メールマガジン「陶泊だより」の登録者数は130を超えている。

11/5【陶泊クロストーク①】丹波焼の工房で探る「多様な美意識が生まれ、育まれる里の本質とは？」（参加者42名）

11/21【陶泊クロストーク②】丹波焼の郷で本物の器づくりに触れる親子旅（参加者：23名）

陶泊 丹波焼の工房で探る「多様な美意識が生まれ、育まれる里の本質とは？」 オンライン開催

11/5 SUN 20:00 - 21:30 参加無料

講師：清水剛、トランクデザイン、堀内康広、澤田哲也

© 2023 TRUNK DESIGN INC.

陶泊 丹波焼の郷で本物の器づくりに触れる親子旅 オンライン開催

11/21 TUE 20:00 - 21:00 参加無料

事業概要

新温泉町を第2のふるさととして通いたくなる、通いやすくするために、

＜通う理由＞

新温泉町が第3の親戚がいる町として、地域課題を解決することで、自分自身の学び直し、リスキングに繋げる「しんせき学び旅プログラム」を創出

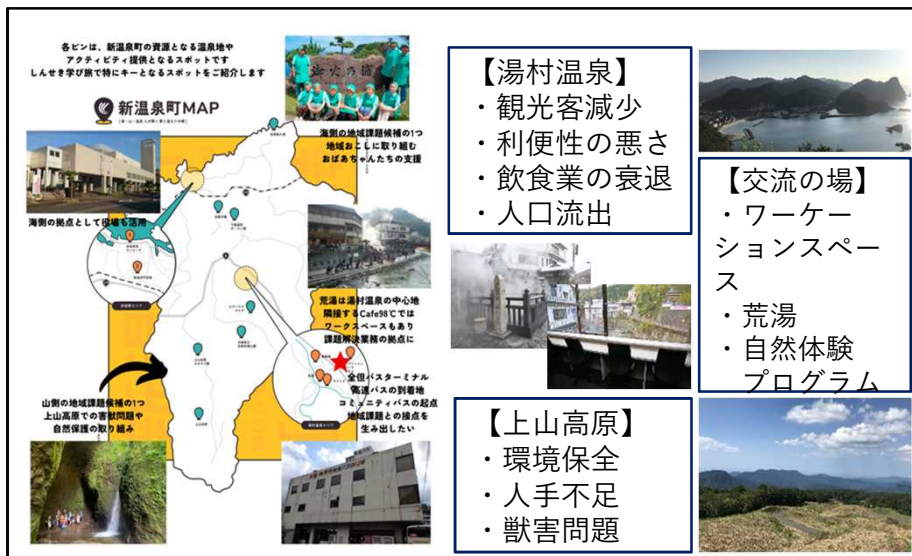
＜通いやすさの担保＞

京阪神から新温泉町へのアクセスを容易にする高速バスのサブスクサービス「新温泉町おかえりパス」、町内の各地域課題までのアクセスを容易にするコミュニティバスのサブスクサービス「新温泉町たんけんパス」に実験的に取り組み、再訪の効果を検証する。

本事業のターゲット

メインターゲット：京阪神在住、30～50代のビジネスパーソン（男女）、学び直しに興味があり、副業やステップアップを検討している層

サブターゲット：京阪神在住、30～40代の一人旅を好む女性。自立心が高く、人と異なる体験をポジティブに楽しむ層



実施体制

- ・全但バス：総括・バス交通実証・旅行手配他
- ・新温泉町商工観光課：戦略策定、観光・移住定住など情報提供
- ・湯村温泉観光協会：滞在環境整備にかかる宿泊施設調整等・来訪者受入と具体的な課題提供
- ・照来朝市組合：来訪者受入と具体的な課題提供
- ・（一社）98degrees：地域課題に係るハブ機能提供

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

- （ii）地域の体制づくり
- ・地域住人向けワークショップやコンシェルジュ・ガイド向けワークショップを実施
- （iii）旅マエにおける来訪促進
- ・旅したい人をスカウトする取り組みを導入し、関係人口が主役のオンラインセミナーや情報が適切に伝わるよう既存SNSの整理・有効活用を行う
- （iv）旅ナカにおける再来訪促進
- ・地域課題を新資源として整理・提示する「しんせき学び旅」のプラン案出。課題で地域住人と来訪者がつながりやすいハブ（バスターミナルなど活用）を整備
- （v）旅アト（次の旅マエ）における再来訪促進
- ・タテだけではなくヨコのつながり形成を目指した「しんせき会（来訪者主体・地域住人主体それぞれ）」の開催と、物理的に新温泉町を想起する接点として産直物を送る「しんせき不定期便」を展開

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

- ・京阪神から新温泉町への高速バスサブスク「新温泉町おかえりパス」、町内の各地域課題までへのコミュニティバスサブスク「新温泉町たんけんパス」、オンデマンド交通を組み合わせて取り組み、再訪を促進する。

今年度事業の目標・KPI

しんせき学び旅の参加者 30名×8回⇒240人回
住人向けワークショップ参加者 10名×1回、コーディネーター向けワークショップ参加者 5名×1回、関係人口オンラインセミナー 延べ50人・回
バスのサブスクの継続に向けた課題の明確化、地域課題を通じた人のつながり作りのモデルの確立を目指す。

〈検証する仮説〉

地域課題解決を通じた学び直しをテーマにした「しんせき学び旅」で来訪する際に、京阪神から高速バスのサブスクプランがあること、また町内の各課題にアクセスするためのコミュニティバスのサブスクプランまで一気通貫での利用環境が整うことで再訪率が高まるか実証する。

〈取組概要〉

地域課題を新資源として整理・提示する「しんせき学び旅（ローカルクエスト）」のプランを創出し、地域の方々と一緒に課題解決に取り組むとともに、京阪神からの新温泉町へのアクセスや町内の地域課題までのアクセスを容易にするサブスクプラン「新温泉町たんけんバス」販売の実証に取組、再訪の効果を検証していく。

〈実施体制〉

新温泉町 / 全但バス株式会社 / 株式会社
ホーン/ 湯村温泉観光協会 / 照来朝市組合
/ (一社) 98degrees

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
コンシェルジュ向けワークショップ	7月2・19・28日	計24名	講師派遣・旅費計 179千円	地元受入の先頭に立って いただく住民や地域おこ し協力隊など
地域住民向けワークショップ	9月13・20・27日	計33名	講師派遣・旅費 計233千円	受け入れ先となる積極的 な地域住民
関係人口を主体としたオンラインセミナー	9月6・11・12・13・14日	予約41名	講師謝金 177千 円	京阪神在住の30代から50代 のビジネスパーソン（男女）
オリエンテーションツアー	10月7・8日	参加者21名	モニターツアー費 1,000千円	京阪神在住の30代から50代 のビジネスパーソン（男女）

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

・ローカルクエスト（地域活動）に合わせた公共交通などの移動手段がない

＜解決策＞

・地域にある「高速バス・路線バス・コミュニティバス」などの公共交通に加え、対応できない場合はデマンドバスや貸切バスを組み合わせ移動手段を確保する。

現時点で対策方法が見つからない課題

・地域側でのローカルクエスト（地域課題）を今回3グループに分け、それぞれで活動を行っているが、グループによる進捗の差や理解度に差がでており、次年度以降クエストの体制をどのようにするかが課題
・地元公共交通の多くは、地元住民向けを意識したダイヤ編成・告知等になっているため、観光目線・移住者目線をどのように反映していくか検討していきたい。
・サブスクバスの適正な価格設定

ローカルクエスト事業（しんせき学び旅事業）

自然・食・古民家活用・フリーの4つのクエスト（地域課題）を用意し、参加者の希望を募りそれぞれのクエストに参加。初級・中級・上級とランクを分けて、各クエストにおいて地域住民との関わりを深化させていくように取り組んでいる。



地域住人・コンシェルジュ向けワークショップ事業

地域課題を通じて再訪の繋がりを生み出すにあたり、地域住人の受け入れにおいて重要なポイントの考え、地域課題を抱える地域住民向けや地域と来訪者を繋ぐコンシェルジュ向けのワークショップを開催した。



モニターツアー事業

10月7日～8日の2日間、事前に開催した関係人口オンラインセミナーなどにより、地域の取組に興味を持ち今プロジェクトに参加者向けに、オリエンテーションモニターツアーを開催し、21名の参加があった。



事業概要

修験道の本尊「蔵王権現」の御神木として献木され千年以上保護されてきた約3万本の吉野の桜は日本一とも称され、当地最大の強みであり、近春はインバウンドも増加。日本の宝「桜」の地“吉野”として国内外に発信し、桜を活用した何度も地域を訪れる旅を創出する。

近年、国内企業において「越境学習」の重要性が増し、特にコロナ禍を経てレジリエンス（逆境から立ち直る力）を備えた、改革人材の育成ニーズが高まっている。そのような背景を踏まえ、幾度もの衰退の危機を乗り越え、桜の保全継承にとどまらず、新たな地域資源（価値）の創造を果たした歴史を、**桜の育成・保全の担い手「桜守」との対話や保全活動等を通じて学ぶ、ラーニングワーケーションプログラムを造成することで企業研修等の誘致を図る。**

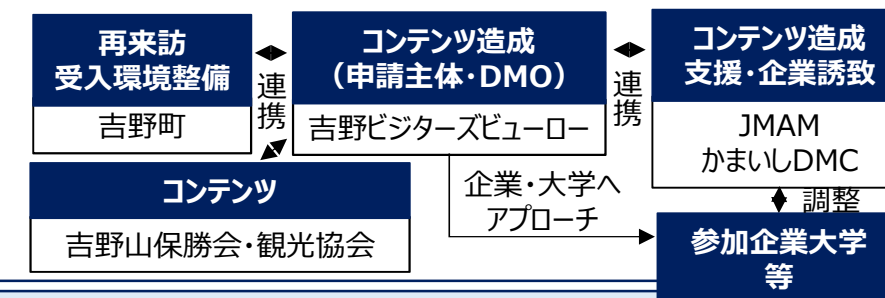
本事業のターゲット

メイン：越境学習での社員研修を計画する近畿圏内の従業員1,000人以上の企業

サブ：レジリエンス向上、桜保全等に関心がある近畿圏内の企業人・学生



实施体制



取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

【初来訪】吉野の桜も1,000年以上幾度となく衰退の危機を乗り越えてこられたのは、古くから神々が宿る場所として崇拝されてきた修験道の聖地“吉野”独自の自然との向き合い方が根付いてきたからこそ。**今も吉野を拠点として自然と向き合い、修行を続けている「修験者」、桜の育成・保全の担い手「桜守」等の地域の人々との交流や保全活動等を通じたレジリエンスを高める研修プログラムを造成**することで、組織及び個人での来訪につながるか検証する。

【再来訪】研修後、桜の苗を持ち帰り、育て、山に還す「日本一の桜の名所で自分の桜を持つ“往還桜プロジェクト”」など、桜を通じた往来のしくみを検討する。一年を通して桜の保全活動への参加機会の提供など、地域との継続的な関わりしろを作ることで、参加者が、日本の宝「桜」を次世代につなぐ担い手となって、何度も地域に通う愛着人口につながるか検証する。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

既存旅館・民宿や、全国多拠点生活プラットフォームADDRESS登録施設、ワーケーション施設YOSHINO GATEWAY等の各拠点を活用した滞在環境を提供することが、企業研修等の受入促進、個人の再来訪に寄与するか検証する。各拠点間の移動手段としてE-bikeレンタサイクルや地域住民の移動手段であるデマンドタクシーの活用が再来訪の促進に寄与するか検証する。

今年度事業の目標・KPI

ラーニングワークショッププログラム参加者数：80名以上、再来訪率：10%

〈検証する仮説〉

吉野町の歴史文化・自然とともに暮らしてきた人々の営みをリアルな教材として、地域と企業を「学び」でつなぎ、地域資源の保全・継承にともに取り組み「越境学習」の場を通じて、地域と来訪者の関係を深めていくことで、再来訪・移住に繋がるのではないかと。

〈取組概要〉

吉野町をフィールドとして、今も暮らしている「修験者」・桜の育成・保全の担い手「桜守」・吉野林業の担い手「山守」等の地域の人々との交流を盛り込んだ越境学習プログラムを造成し、実際研修を受けた来訪者の愛着度や再来訪意向の変化について検証する。

〈実施体制〉

一般社団法人吉野ビジターズビューロー/
株式会社日本能率協会マネジメントセンター
株式会社かまいしDMC/金峯山寺/吉野山保勝会
/一般社団法人吉野と暮らす会

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
若手社員のための人間力開発in吉野	11月20日～11月22日	8社13名	昼食費・現地までの交通費	近畿圏に拠点を置く企業の新入社員・若手社員
桜守サポート隊	12月20日～12月22日	9社11名（予定）	昼食費・現地までの交通費	近畿圏に拠点を置く企業の従業員（年代・階級問わず）
吉野林業のイノベーターとのコラボ体験	1月15日～1月17日	15名程度（予定）	昼食費・現地までの交通費	企業の中堅～管理職・改革の推進者

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

●参加企業を募る中、地域との交流機会を設けるため、地域資源を題材とした企業研修プログラムにワーケーションを組み込む説明を企業に行う際に課題を感じた。

＜解決策＞

●地元の地方銀行、(株)日本能率協会マネジメントセンターと連携した企業に対する募集を行った。
●夕食時に地域事業者を交えた懇親会を設定、自由時間内にまち歩き時間を組み、企業からの意見・再訪意向への貢献度を検証中。

現時点で対策方法が見つからない課題

●モニターツアーは研修費・宿泊費は無料、昼食費・交通費のみ参加者負担で行ったが、来年度以降に全項目有償でモニターツアーを実施する場合に、企業の来訪意欲が減少する懸念がある。

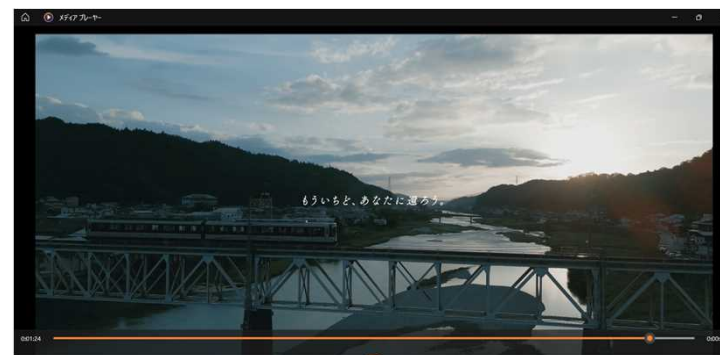
①吉野町をフィールドとした越境学習プログラム

歴史文化・自然とともに暮らしてきた人々の営みをリアルな教材として①修験道②桜守③吉野林業の3つ研修プログラムを造成し、地域と参加者を「学び」でつなぐことで地域との関係を深め、再来訪を促進する仕掛けを構築した。



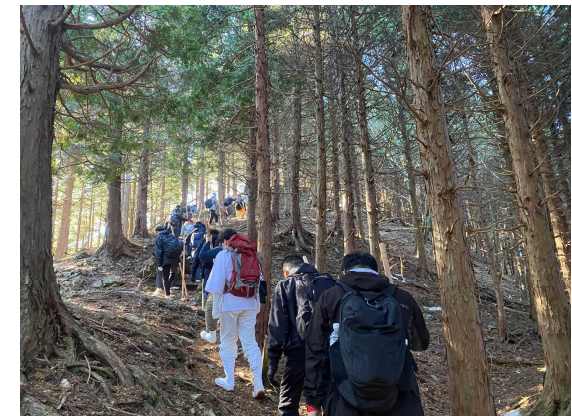
②ツアー参加者の再来訪を促す「よしのっと」

都市部から吉野町に移住してきた方からヒアリングした吉野の魅力を詰め込んだパンフレットと動画制作を行った。吉野に再来訪したいと思った時にキーポイントとなる場所・人物を掲載。研修の最後にパンフレットを配布し、動画視聴機会を設けた。



③モニターツアー×修験道体験

20～40代の都市部の企業の従業員に対し、2泊3日の修験道体験ツアーを実施。修験道の根本道場である金峯山寺の行者指導のもと、日常作法・法話・山行を体験。懇親会では地元の若手実践家との交流機会も設け、再訪意向への貢献度を検証中。



事業概要

- 江の川流域に多数存在する事業継続に困難を抱える現場を新たなイノベーション創出の可能性を内包する地域資源と定義。地域のプレイヤーとともにその可能性を検証し、再生・継続に向けた事業アイデアを生み出し、実践する学びと冒険の旅「江の川なりわいブートキャンプ」を開発。
- 座学、現地、Web3を活用した参加型プロジェクトにより構成。旅の様子をリアリティ番組として動画コンテンツ化し配信。
- 土地に根差した生業の再生・創出の取り組みを中心に、流域の暮らし、文化、人に触れる機会の提供を通じて、自己内省を促し、働くことの意味のとらえなおし、江の川流域にある豊かさへの気づきと共感を育む。

本事業のターゲット

メインターゲット：都市部での暮らしや仕事の将来性に対する漠然として疑問を持ち、新たなキャリアデザインを志向する30-40代のビジネスパーソン
サブターゲット：地域課題解決や社会貢献、地域での起業へ関心を有する大学生・大学院生

事業地域のマップ上にイメージ図、写真等を添付してください。



実施体制

- ・（一社）江の川・さくらライン観光推進機構：事業統括
- ・（株）やまごころキャリア：旅マエコンテンツの開発・情報発信
- ・（有）小川商店：江の川なりわいブートキャンプコンテンツ提供
- ・SUKIMONO（株）：江の川なりわいブートキャンプコンテンツ提供
- ・はなまるJAPAN（株）：江の川なりわいブートキャンプコンテンツ提供
- ・石見ケーブルビジョン：地域の生業を伝える動画コンテンツの作成・配信
- ・NPO法人てごねっと石見：旅アトコンテンツの開発
- ・江津市・大田市・（一社）大田市観光協会：情報発信

取組内容

- ① 再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 - i) 江の川流域の2エリアにおけるローカルビジネスの実践者、地域資源、その活用に向け外部人材に期待する役割等を整理。
 - ii) 江の川流域における生業づくりの実践者の成功要因や今後の発展可能性等を学ぶセミナーを開発。アントレプレナーシップ教育の専門家による講座開発、活動実践者との交流の機会づくりを進め関心層へアピール。
 - iii) 後継者不在率日本一※を最大の機会と捉え、ローカルビジネスの担い手とともに、新たな生業づくりへ挑戦し、活動の背景にある土地に根差した暮らし・文化・人に触れる滞在プログラム「江の川なりわいブートキャンプ」を実施。
 - iv) ブートキャンプで立ち上がったプロジェクトをDAO型プロジェクトとして運用。地域住民・来訪者のコミュニティ化を促すとともに、課題解決に向けた新たなリソースの獲得につなげる。 ※島根県75.1%。2022年後継者不在に関する実態調査。
- ② 反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
流域全体のゲストハウス・宿泊施設で利用可能なトークンを発行・運用し、再来訪に果たす効果を検証する。

今年度事業の目標・KPI

江の川なりわいブートキャンプの参加者：100人
地域プレイヤーと観光客の協働プロジェクト数：6件
生業の再生・創出に関する起業数：1件
ツアー参加者の再来訪意向：100%

〈検証する仮説〉 過疎発祥の地・島根県において、2つのエリアにて芽生えつつあるふるさと創生のうねりを、起業家との交流、プロジェクトへの参画、アントレプレナーシップ教育を通じて追体験する機会を整備することが、地域での副業・起業人材の呼び込み、さらなる外部人材の獲得に通じるのではないかな？

〈取組概要〉

江の川流域に多数存在する事業継続に困難を抱える現場を新たなイノベーション創出の可能性を内包する地域資源と定義。地域のプレイヤーとともにその可能性を検証し、再生・継続に向けた事業アイデアを生み出し、実践する学びと冒険の旅「江の川なりわいブートキャンプ」を開発する。また、土地に根差した生業の再生・創出の取り組みを中心に、流域の暮らし、文化、人に触れる機会の提供を通じて、自己内省を促し、働くことの意味のとらえなおし、江の川流域にある豊かさへの気づきと共感を育む。

〈実施体制〉

- ・（一社）江の川・さくらライン観光推進機構
- ・（株）やまごころキャリア
- ・（有）小川商店
- ・石見ケーブルビジョン
- ・（株）エブリプラン
- ・SUKIMONO（株）
- ・江津市・大田市

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
なりわいブートキャンプ～江津編～ ①「石見地方の素材と手仕事に触れ、『やってみよう』を創出するツアー」 ②「自然体でいきっていく」を自然の中につけるツアー	11／10～12日（2泊3日）	21名	都市部での暮らしや仕事の将来性に対する漠然として疑問を持ち、新たなキャリアデザインを志向する30-40代のビジネスパーソン	都市部での暮らしや仕事の将来性に対する漠然として疑問を持ち、新たなキャリアデザインを志向する30-40代のビジネスパーソン
なりわいブートキャンプ～温泉津編～ ①ローカル創業移住・起業体験ツアー ②里山再生体験ツアー	12／1～3日（2泊3日）	45名 （11月22日現在）	都市部での暮らしや仕事の将来性に対する漠然として疑問を持ち、新たなキャリアデザインを志向する30-40代のビジネスパーソン	〃

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

現地までのアクセスの不便さ、滞在中の個々人の自由な移動の困難さ
DAO型プロジェクトの立ち上げには日程的に十分な合意形成が困難

＜解決策＞

- ・乗合タクシーなどの可能性がでてきた
- ・なりわい会議の創設により旅アトの仕掛けとしての構築によりチーム醸成をはかる

現時点で対策方法が見つからない課題

- ・江津市や温泉津町までの公共交通の不便さは残る。列車本数の限界や空路や陸路についても、他交通機関、道路など接続の課題が残る
- ・通う旅を実現するためのオリジナリティある企画・募集行為について旅行業登録が必須であり、今後の対応が必要

①なりわいブーツキャンプ (in江津)

石見地方の素材と手仕事に触れ「やってみたい」を創出するツアー

廃校の小学校を利用した生業授業。次世代ヲ担う若手による伝統産業の授業。生活に直結した身近なものを、伝統工芸の技術で再現。小商いのヒントにしてみよう。



旅マエ仕掛け～ウェビナーアテンダーと一緒にみるまちの風景とベースキャンプ～



②なりわいブーツキャンプ (in温泉津)

ローカル創業移住・起業体験ツアー・里山再生体験ツアー



江の川
なりわいブーツキャンプ
事前説明会

2023年
10月12日(木) 20:00～21:00

(有)小川商店
代表取締役
小川 知興氏



SUKIMONO(株)
代表取締役
平下 茂親氏



主催：(一社)江の川さくらライン観光推進機構

事業概要

下関市の北東エリアには豊かな自然が広がる一方で、『獣害』による農作物の被害を受けている。しかしながら田畑を守るための狩猟も、猟師の高齢化や裁き場の数が少ないこと、そして何よりジビエ食べる人がまだまだ少ないという現状が地域として大きな課題となっている。豊かな自然環境を守るため、ジビエを軸にした自然体験を開発し、学びや体験を通じて、守人として地域を支える新しいふるさとの形を形成していく。

本事業では、狩猟会を中心とした地域交流の実現、女性ハンターのコーディネートによるハンターガールのコミュニティの構築、交流の場となる拠点作りを通じて、体験して終わりではなく、“また帰りたい場”を創出していく。

本事業のターゲット

メインターゲット：博多・広島・大阪在住の大学生。SDGsや自然環境、地域貢献活動などに関心のある人。

サブターゲット：博多・広島・大阪在住の20～40代。セカンドライフについて考えている人。サイクリングや自然体験が好きな層。

画像左側：下関市（実施エリア）



実施体制

代表主体：一般社団法人海峡都市関門DMO（全体統括）

- ①朝日広告社：旅前サロン、PRイベント（朝日新聞連携）
- ②下関東部猟友会、鹿っちゃん(菊川町猟友会)：猟・農業体験サポート
- ③東武トップツアーズ、阪九フェリー、サンデン観光バス：モニターツアー造成
- ④JTB：体験コンテンツ販売（DMO直販に向けた対応）
- ⑤門司港地ビール工房：ジビエ商品の開発・販売

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

- I. 地元事業者の抱える課題や魅力などを考えるワークショップを実施
- II. 関門ジビエのPRを実施
- III. ジビエを軸とした体験コンテンツの造成と販売
 - ・農業体験(種まきから収穫までの継続した来訪の場の造成)
 - ・ジビエ体験(ジビエを食べる体験としてBBQ付きツアーの実施)
 - ・狩猟体験(狩猟～解体までをセットにした猟友会との狩猟体験。
 - ・狩猟免許の取得までのサポートし、狩猟フィールドとしての場を構築。
 - ・猟銃持ち込みにあたっては交通事業者と連携（阪九フェリー）。
- IV. ハンターガールプロジェクト(女性猟師による体験とコミュニティ構築)
- V. 関門ジビエ・猟師に関するHPの整備。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

猟師の裁き場をコミュニティスペースと捉え、そのコミュニティスペースを構築する作業（古民家改修）から参加者を募集し、ハブ拠点を共に創っていく。また、狩猟会を中心としたLINEコミュニティを構築し、体験参加者やジビエ食に興味のあるライトな層の参加による交流の場作りを実施していく。

今年度事業の目標・KPI

- ・初来訪から再訪に繋がるコンテンツ造成：4本
- ・ワークショップ・旅前サロン参加者：500名
- ・体験参加者数：120名
- ・コミュニティ参加者：50名

〈検証する仮説〉

昨今、各メディアにて、獣害被害やジビエに関する話題が取り上げられ、認知度は向上していると考えられるが、ジビエ・狩猟の入り口がどこにあるのか、実際に体験する場がないのではないかと。猟師の高齢化という現状も踏まえ、ライトなものから本格的なものまで体験の幅を広げ、様々なレイヤーで親近感の持てる内容を実施する。最終的に体験内容の深度によってどの程度、再来訪に繋がるのかを検証する。

〈取組概要〉

『獣害』による農作物の被害から田畑を守るための狩猟も、猟師の高齢化や裁き場の数が少なく、ジビエを食べる人もまだまだ少ないという現状が大きな課題。ジビエを軸にした自然体験を開発し、学びや体験を通じて、守人として地域を支える新しいふるさとの形を形成していく。本事業では、狩猟会を中心とした地域交流の実現、女性ハンターのコーディネートによるハンターガールのコミュニティの構築、交流の場となる拠点作りを通じて、体験して終わりではなく、“また帰りたい場”を創出していく。

〈実施体制〉

一般社団法人海峡都市関門DMO/株式会社朝日広告社/東武トップツアーズ株式会社/下関東部猟友会/鹿っちゃ/SEA SOLT RECORDS（民泊施設）

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
旅マイベント	2023年11月20日	3名	なし	福岡・山口在住 20代～50代男女 ジビエ・狩猟に関心のある方
農業体験&ジビエBBQ	2023年11月23日	5名	5,000円/人	
ハンターガールツアー	2023年12月6日～7日	2名		
ハンティング同行ツアー	2023年12月9日～10日	3名		

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

地域の受け入れ体制の構築において、参加者と地域のハブ役となる人材が不足している。

＜解決策＞

地域のオリジナルコンテンツとして運営していくためのワークショップの実施、マニュアル作成等が必要。

現時点で対策方法が見つからない課題

●受け入れ側の猟師さんがご高齢の方が多く、メールなどのやり取りのできる若い人材がいない。

●エリア内の宿泊施設が少ない

●兼業の方が多いため、受け入れ人数や日数が限られる。

農業体験&ジビエBBQ体験ツアー

関門ジビエツーリズムのライトプランとして、地元の農家さんの畑にて農業被害対策の話聞きながら収穫体験を実施。その後、女性ハンターによる猟師についての説明・女性ハンターの捌いたジビエを食べる体験を実施。



ウェブサイト制作

関門ジビエ事業のオリジナルサイト制作中。現在、猟師さんへの取材やツアーの様子などの記事を執筆中。猟友会の紹介ページも作成することで、安心して参加できる体制づくりに繋げる。



テスト体験の実施

ジビエツーリズムの実施にあたり、猟友会さんとの事前確認を含めたテスト体験を実施。実際に山の中に入り、猟師さんの狩猟の様子を間近で見学、仕留めた獲物を山からおろし、裁く所まで体験した。



事業概要

「一生に一度はこんぴらさん」から「何度も訪れたくなる町、琴平」をテーマに、来訪者を交流人口→関係人口→共創人口へと昇華させるべく、来訪前のイベントで期待感を醸し、体験型コンテンツや地域課題解決ワークショップによる地元事業者との交流機会を経て、互いを熟知した濃厚な人間関係を築く。そして、地元事業者「複業兼業」で関われる仕事や新規プロジェクト、町の「ボランティア活動」等の関わりしる情報、来訪者のスキルや経験、町への想いをデータベース化。これらをマッチングすることで反復継続した来訪機会を創出し、二拠点多拠点居住や将来的な移住定住にも繋げる芽を育む。

本事業のターゲット

【訴求対象】個人や任意のグループの発意による来訪

- ①自身のスキルを地方に活かしたい・地域課題解決型のワーケーションを体験したいビジネスパーソン
- ②旅行意欲があり、SNS発信を得意とするアクティブな学生・若者



実施体制

【代表主体】(株)地方創生(全体企画、運営)

【実施主体】琴平バス(株)、(株)パナJOBHUB、(株)TABIPPO、TRAPOL(同)
(企画伴走支援、モニターツアー実証、関係人口化のしくみづくり支援)
+ α モニターツアー・アクティビティ提供事業者

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり (初来訪のきっかけづくりを含む)

ツアー参加者が地域のコミュニティの一員であるという自覚、地域から感謝されることに喜びを感じ、主体性を高めるべく、「町のお手伝い」「複業」「ボランティア」などスキルや想いで繋げるプロジェクトマッチングサイトの構築をゴールに、以下の旅マエ、旅ナカ施策を設計。旅アトでは地域との関係性や地域参画の深度に応じてゴールに至るまでの段階的なコミュニケーションツールを設ける。

【旅マエ】オンラインセミナーで来訪への関心と期待を醸成しツアー参加意欲が高いターゲットを捕捉

【旅ナカ】訴求対象の(1)学生・若者(2)ビジネスパーソンに向け、地域課題解決型など3種のモニターツアーを企画、実施

【旅アト】①公式LINE：地域情報の提示②LINEオープンチャット：ツアー参加者同志や地域プレイヤーとの情報交換など、開放的で緩やかな関係性醸成に活用し、「関わり続けることができる仕組み」をつくる。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

【ヤド】空きビルを改修した「HAKOBUNEビル(アーティスト & クリエイターinレジデンス)」の居住フロアや、街のインフォメーション & コワーキングスペース「Kotori」の滞在スペースを活用。

【アシ】シェアリングモビリティサービス「mobi」を活用。琴平郊外農業体験等を行う。

今年度事業の目標・KPI

- ・旅マエのオンラインイベント等にリーチした人数：150人以上
- ・モニターツアー参加及び再来訪者数：80人回以上
- ・再来訪意向率：90%以上
- ・プロジェクトマッチングサイトの新設
- ・関係人口データベース数：50人以上
- ・1年以内の再来町率：50%以上

〈検証する仮説〉

町内のヒトや企業との交流を通じた、関わりしる創出プログラムを造成することにより、関係人口の増加と地域経済の活性化に取り組むとともに、オンデマンド交通（mobi）や中長期滞在者向け宿泊施設を整備・活用することで、リピーターづくりに繋がるのではないかな。

〈取組概要〉

「一生に一度はこんぴらさん」から「何度も訪れたくなる町、琴平」をテーマに、来訪者を交流人口→関係人口→共創人口へと昇華させるべく、来訪前のイベントで期待感を醸し、体験型コンテンツや地域課題解決ワークショップによる地元事業者との交流機会を経て、互いを熟知した濃厚な人間関係を築く。そして、地元事業者「複業兼業」で関われる仕事や新規プロジェクト、町の「ボランティア活動」等の関わりしる情報、来訪者のスキルや経験、町への想い等のデータベースを蓄積する。

〈実施体制〉

【代表主体】(株)地方創生

【実施主体】琴平バス(株)、(株)TABIPPO、
(株)パソナJOBHUB、TRAPOL(同)
+ α モニターツアーアクティビティ提供事業者

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
複業×ワーケーション	2023年11月10日(金)～11日(土)	10名	自己負担額 1.5万円	首都圏在住の会社員、 フリーランス、経営者等
観光×若者層のコミュニティ	①2023年10月27日(金)～29日(日) ②2023年12月8日(金)～10日(日)	①15名 ②15名	自己負担額 1万円	大学生
地域課題解決型法人向け ワーケーションツアー	①2023年7月18日(火)～20日(木) ②2023年10月27日(金)～29日(日) ③2023年12月8日(金)～10日(日)	①3名 ②5名 ③調整中	自己負担額 1.5万円	大企業会社員

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

来町者の年齢や居住地、訪問目的などの正確なデータベースを獲得できておらず、データに基づく分析のもと、効果的なブランディングやプロモーションが不十分。

＜解決策＞

プロジェクトマッチングサイトを開設し、「町のお手伝い」「複業」「ボランティア」などスキルや想いで再来訪のきっかけを繋げるとともに、関係人口データベースを蓄積する。

現時点で対策方法が見つからない課題

・mobiの利用検証に関して、利用人数・時間帯によってはすぐにドライバーとマッチングしない場合がある。

①旅マエオンラインイベントの実施

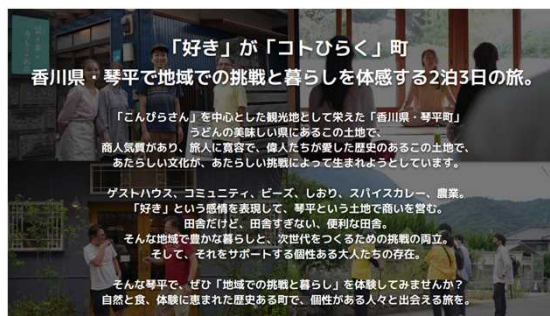
事前にどんな体験ができ、どんな人と交流できるのかイメージを膨らませ、実際に会う琴平町の人のインプットを行った。



「好きがコトひらく町、香川県琴平町で
「地域の未来をつくる複業の旅」
に出かけませんか?

10月4日(水)
19:00-20:30
無料オンライン説明会

参加者：楠木 泰二朗氏、近江 淳氏、細野 頌子



「好き」が「コトひらく」町
香川県・琴平で地域での挑戦と暮らしを体感する2泊3日の旅。

「ごはんさん」を中心とした観光地として栄えた「香川県・琴平町」
うどんの美味しい県にあるこの土地で、
商人氣質があり、旅人に寛容で、偉人たちが輩出した歴史のあるこの土地で、
あたらしい文化が、あたらしい挑戦によって生まれようとしています。

ゲストハウス、コミュニティ、ビーズ、しおり、スパイスカレー、農業。
「好き」という感情を表現して、琴平という土地で商いを営む。
田舎だけど、田舎すぎない、便利な田舎。
そんな地域で豊かな暮らしと、次世代をつくるための挑戦の周立。
そして、それをサポートする個性ある大人たちの存在。

そんな琴平で、ぜひ「地域での挑戦と暮らし」を体験してみませんか?
自然と食、体験に恵まれた歴史ある町で、個性がある人々と出会う旅を。

③旅アトのマッチングフォロー

社会人向けツアー参加者から町内企業に自身のスキルをもって複業としての関わり方のアイデアを提案していただく。学生向けツアーの参加者については、LINEオープンチャットの継続した活用や町のイベント、お手伝い情報を発信し、再来訪へのきっかけを作る。並行して、プロジェクトマッチングサイトを作成準備中。地元事業者「複業兼業」に関われる仕事や新規プロジェクト、町の「ボランティア活動」等の関わりしる情報、来訪者のスキルや経験、町への想い等のデータベースを蓄積する。

②モニターツアーの実施

学生向けツアーでは、琴平町の人々の仕事や生業を体験するワークショップを実施。社会人向け複業ツアーでは、琴平活躍するローカルイノベーターとの交流や意見交換を実施。自身として今後琴平にどのようなことに関わることが出来るか考え、参加者から今後の関わり方のアイデアを提案。また、オンデマンド交通 (mobi) の体験を通して有効性を検証した。



事業概要



■国内有数の自然の宝庫であるとともに、山岳信仰等、独自の文化を有する「いしづちエリア」。コロナ禍により観光業が打撃を受ける一方、チャレンジを応援するまちとして**若者世代の移住者・起業家の支持を受け、彼らのライフスタイルに共感を覚えた新たな移住者がやってくる**

■この事実に着目し、**来訪者の心に一番響き得るものは、「人」（キャスト）の魅力**という仮説を設定。地域の人材、生業等に焦点を当てた現地体験を、**デジタル技術を活用したブランディング及び旅の前・中・後における顧客サポートで体験価値を向上**させ、地域への愛着と反復継続した来訪を生み出す。

本事業のターゲット

個人や任意のグループの発意による来訪
関西圏在住で地方のライフスタイルに興味のある以下2つターゲット層
メインターゲット：Z世代及びデジタルネイティブ
サブターゲット：アクティブシニア層

いしづちエリア

愛媛県 西条市 + 愛媛県 久万高原町 + 高知県 いの町 + 高知県 大川村

若者に支持されるまち・西条市



人口360人の村で、2,000人をおもてなしする拠点を整備・大川村川上夫妻



様々なプロジェクトが始動するまちなか交流拠点「サカエマチholic」

チャレンジを応援する住民気質や行政施策、住環境の充実を背景に、若者世代の移住者、起業家がいしづちエリアに定着し、新たな移住者を連れてくる好循環が生じている。

実施体制

■代表主体 株式会社ソラヤマいしづち（地域連携DMO）

・戦略策定/プラットフォームの運営基盤整備/滞在コンテンツの造成

■連携事業者 4市町村：計画策定支援、キャストの紹介、庁内横断的な連携支援/クラブツーリズム(株)：滞在コンテンツの評価・検証、モニターツアーの実施/(株)大広：ターゲットの調査・分析、戦略策定支援/G&S、日本オラル(株)：デジタル技術を活用したキャストブランディング及び顧客サポート支援

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

■概要 ターゲットの志向性を調査・分析し、**最適なマーケットの選定・アプローチ**をするほか、**西条市大阪事務所の持つZ世代との繋がり**を活用して初来訪のきっかけを作る。**同じ来訪者を対象にした複数回のツアーを実施**することで、地域に対する理解を深めるとともに、**来訪者がキャスト・地域に愛着を感じるポイントを特定**する。旅アトにおいてもLINE・FACEBOOK等を活用し、**キャストと来訪者のコミュニティ化**を図り、地域との繋がりを維持する。

■取組み項目（抜粋）

- ・関西圏在住のZ世代を対象とした定性・定量調査
- ・有用な滞在コンテンツの選定、キャストサービスの構築、ツアープログラムの開発
- ・（旅マエ）事前交流プログラムの実施/（旅ナカ）有償モニターツアー
- ・（旅アト）旅アト交流プログラムの実施、満足度調査、コミュニティ運営

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

まちなか交流施設における趣味等に紐づく地域住民との交流プログラム、課題解決型の研修プログラム、自然資源を活用したアウトドアプログラム（滞在環境）／Eバイクを活用した拠点間移動

今年度事業の目標・KPI

目標：地域への愛着や再来訪に繋がる要素の特定と、それを活用した来訪者への最適なサポート体制を構築。本事業のKPIは以下のとおり。なお、**今後、本成果をもとにデジタル技術を活用した「CtoC型観光サービスプラットフォーム」を構築予定。**

- ・キャストの育成10名/メインターゲット層の志向性調査及び分析（N=300）
- ・滞在プログラム造成数6件/モニターツアー参加者数80名/再来訪意向80%超

〈検証する仮説〉

当エリアの魅力である、地域で活躍する「人」（キャスト）やライフスタイルをコンテンツ化し、人との出会いや自分探しを求めるZ世代に提供することで、「人に会いに来る旅」というスタイルでの再来訪を促し、人を軸とした地域コミュニティの形成が可能ではないか。

〈取組概要〉

人材（キャスト）、生業等に焦点を当てた高付加価値体験や交流プログラムを来訪者に提供するとともに、デジタル技術を用いた顧客サポートで体験価値を向上させ、キャストをフックに地域への愛着や反復継続した来訪を生み出す。実証テーマは、「西条祭り」・「限界集落での自然体験、課題解決」・「秘境の村の生活」の3コンテンツで、それぞれ地域の事業者や住民がキャストとなりコミュニティを形成する。キャストおよびキャスト候補への人材育成を実施し、受け入れ態勢を構築する。

〈実施体制〉

(株)ソラヤマいしづち／クラブツーリズム(株)／(株)大広／日本オラクル(株)／ジョージ・アンド・ショーン(株)／西条市／久万高原町／いの町／大川村

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
西条祭りプログラム	【祭り前モニター】 ①9/23～25 ②9/27～29 ③9/29～10/1 【祭り本番モニター】 ①②③10/14～10/17	合計23名	一部費用を事業費を捻出、参加者は交通費等すべて含め@55,000を負担	Z世代 アクティブシニア
限界集落での自然体験・課題解決プログラム	①10/28～30 ②11/27～29 ③12/2～4 ④12/11～13	合計18名(予定)	一部費用を事業費を捻出、参加者は交通費等すべて含め@27,500を負担	Z世代 アクティブシニア
秘境の村の生活体験	①11/18～20 ②11/25～27 ③12/9～11 ④12/16～18	合計12名(予定)	一部費用を事業費を捻出、参加者は交通費等すべて含め@27,500を負担	Z世代 アクティブシニア

今年度実証事業において判明した課題と解決策

<課題>

・地域キャストによって求める効果が異なり、キャストを拡大していく上での合意形成が困難である。

<解決策>

各キャストに寄り添ったヒアリングを実施。一口に「観光」ではなく、キャストのニーズに沿った事業構築の方向性を検討することができた。

現時点で対策方法が見つからない課題

- ・細かく説明すれば事業の良さを感じて参加してくれるが、チラシやHPでの訴求では、事業趣旨を伝えることが難しい。
- ・ユーザーニーズに合わせて、適正な訴求ターゲットを見出す必要がある。大学や企業など専和性が高い機関との連携手段を検討すべき。
- ・左記に記載した多岐に渡るキャストニーズを網羅する仕組み作り、システム構築の深掘りが急務

①旅マエ・③旅アト事業（オンライン交流プログラム）

①旅マエ：サービスを提供する「人」（本事業ではキャストと定義）自身の人となりや町の特徴などを来訪前に共有することで第一印象の差異を埋め、②旅ナカにおいてスムーズにキャストとの直接交流へのつながりを構築した。

③旅アト：②旅ナカを行って終わりではなく、短期間の間に再度キャストと交流を持つことで、現在の日常から旅ナカの思い出を改めて振り返ることで、キャストや町への親近感を生み出し再来訪したいという気持ちを増加させるつながりの強化を行った。



②旅ナカ事業（有償モニターツアー）

有償モニターツアーとして(1)西条まつり(2)自然体験(3)秘境の村の3つのプログラムを行った。全プログラムに共通して、その町の在住者1名のキャストが常に同行及び案内し、長時間ともに過ごすことで生まれる親近感（家族・友達のような関係/関係人口）を生み強固なつながりを作った。観光の主流であった完璧なサービスの提供から、不完全であっても温もりを感じる交流の主流を「人」と捉え一個人キャストの魅力（人柄やライフスタイル）が旅の目的となる新しい旅のスタイルを構築した。



ワークショップ オンラインコミュニティツール

・ワークショップ

本事業に協力いただくキャストとその他キャスト候補約15名に向けた、来訪者の特徴や受入に伴う心得等を学ぶ育成講座・キャスト内での受入における意見交換を行うワークショップを旅マエの前に実施した。

・オンラインコミュニティ

LINEオープンチャットを利用し、【旅マエ後～現在】で全員の日常をリアルタイムで共有できるツールを用いて常に繋がれる手段を整えた。



事業概要

令和4年度事業にて構築した来訪者とやんばる3村の魅力・人を繋ぐコンシェルジュ体制（やんばるSHINKA）の更なる進化・深化を目指し、やんばるSHINKAとの交流拠点の整備、コンシェルジュプログラムの高付加価値化、及び再来訪の利便性を高める観光・交通インフラの整備を行う

- 再来訪に欠かせない第三の居場所と認識するための地域・産業貢献、地域コミュニティとの係わりを創出するプログラム整備
- 交通不便を解消する移動シェアサービスの活用
- 旅マエから旅アトまで連続したコミュニケーションマーケティングによるやんばるSHINKAサービスの収益モデル構築の検討

以上の取り組みを今後も継続していくための組織形成の検討も進める

本事業のターゲット

メインターゲット：Z世代（大学生・若手社会人）
地域貢献意欲が高く、地方に活路を見出したい層
サブターゲット：子育て家族
子どもの教育のために豊かな体験をさせたい。ワーケーションも可能。

やんばる3村マップ・再来訪促進取組イメージ



偶発的な地域のヒト・モノ・コトとの出会いや気づきを得やすい環境を提供



実施体制

【代表主体/全体統括・運営】株式会社JALITAセールス
【連携する地方公共団体/事業後方支援】国頭村・大宜味村・東村
【他の実施主体/体験観光コンテンツづくり・マーケティング・コンシェルジュ機能・移動シェアサービスの活用・モニターツアーの実施と検証】
やんばる3村体験型コンテンツ開発委員会・東村観光推進協議会・大宜味村観光協会・国頭村観光協会・株式会社JTB

取組内容

① 再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

【タビマエ（初来訪）】

ターゲット層と親和性の高いワーホリマッチングサイトとの連携により、独自HPではアプローチが難しい幅広い訴求を実現（おてつたび、タイミートラベル等）

【タビナカ】

来訪者が第三の居場所と実感し、再来訪を促進するために、やんばるの歴史・文化に触れる滞在拠点の整備、やんばるの日常に溶け込む滞在プログラムの高付加価値化に取り組む



【タビアト（再来訪のタビマエ）】

プログラム参加者コミュニティを設計し、体験した業務や活動の経過共有、体験者同士や地域との関係を深めることで、再来訪動機を高める

② 反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

【滞在】やんばるの歴史・文化を継承する滞在プログラム整備

【移動】既存移動シェアサービスの活用及び、連携プラットフォームの検討

今年度事業の目標・KPI

- ・やんばるSHINKAが地域住民を巻き込んだ再来訪促進プログラム：6件
- ・モニターツアー：個人6回×各8名参加、団体2回以上32名以上参加
- ・観光利便性を高める：複数の交通・観光サービス連携
- ・やんばるSHINKAサービスの収益性実現のビジネスモデル検討会：3回以上
- ・今後のやんばる3村の観光振興を支える組織形成の検討会：3回以上

〈検証する仮説〉

やんばる型コンシェルジュプログラムと移動シェアサービスの活用により、来訪者期待実現と交通不便の解消を行うことで、再来訪動機を高めていくことを検証する。加えて、この一連のプログラム・サービスが対価を収受出来るかを検証する。

〈取組概要〉

来訪者とやんばる3村を繋ぐコンシェルジュ（やんばるSHINKA）の更なる進化・深化を目指し、交流拠点の整備、コンシェルジュプログラムの高付加価値化、再来訪の利便性を高める交通インフラの整備を行う

- ①地域・産業貢献、地域コミュニティとの係わりを創出するプログラム整備
- ②交通不便を解消する移動シェアサービスの活用

〈実施体制〉

【実施主体】株式会社JALJTAセールス

【連携行政】国頭村・大宜味村・東村

【実行連携組織】やんばる3村体験型コンテンツ開発委員会・東村観光推進協議会・大宜味 村観光協会・国頭村観光協会・株式会社JTB

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
コンシェルジュプログラム モニターツアー	①8/31～9/2 2泊 ②10/16～10/18 2泊 ③10/22～11/4 14泊 ④11/6～11/8 2泊	①18名(団体：別府大学小野ゼミ) ②2名(タイミートラベルにて募集) ③13名(団体：JALワーキングホリデー) ④6名(タイミートラベルにて募集)	移動・交通費、プログラム内の実費までは参加者負担	Z世代

今年度実証事業において判明した課題と解決策

＜課題＞

再来訪期待を高めるコンシェルジュプログラム、募集ツール・オペレーションは確立出来たが、移動シェアを含め、利用者からの収益化が難しいため、事業継続に必要な財源確保の検討が必要。

＜解決策＞

事業継続に必要なオペレーション体制を構築するために、行政からの来訪者拡大期待に繋がる補助金、もしくはクラウドファンディングの活用を検討する。

現時点で対策方法が見つからない課題

ツアーとしてのニーズ、集客、体験者満足には一定の成果が残せたものの、各参画事業者の個別収益や個別事業への貢献の実現が難しい。通常に掛かる旅費負担をしても参加したい意向はあるが、旅行商品やパッケージプログラムとして販売することは難しく、個別の事業者に残る形とプログラムの形を一致させることは難しい。結果、事業継続に向けては、観光協会のような地域全体の目線で来訪者拡大を行う事業者の参画が必要だが、それでも個別利益に繋がる体制は難しい。

プログラム構築事業／モニターツアー実施事業

第三の居場所と実感してもらうために、やんばるの日常として「職業体験」「地域活動」「食事交流」を来訪者プログラムに組み込み、コンシェルジュとしてやんばるSHINKAが案内。余白時間を活用し、他のやんばるSHINKAの活動を紹介＆店舗に伺ったり、リクエストにこたえる形で当初予定していたより多くの地元住民と接する機会を作ることができた。これらの協働体験を複数用意することによる必然的な交流と、協働体験から派生する交流をやんばるSHINKAが生み出していくことで、何度も訪れたいくなる地域作りを目指している。



拠点整備事業

「喜如嘉翔学校＝やんばるSHINKAと最初に出会う拠点」として整理し、個人モニターツアーのオリエンテーションの場として活用。地域の拠点として喜如嘉翔学校を紹介することで、やんばる地域全体の課題（少子化、担い手不足、2次交通の弱さ）などを知ってもらうことができた。今後の活用として、店舗の方との接点をより多く持てるように調整し交流を促していききたいと思う。



移動シェア事業

観光客、また一部地域住民の幅広いターゲットに対してやんばるの交通不便解消による再来訪機会促進のモニター検証の準備を実施。仕組み構築には、タクシーシェア、マイカーシェアの既存システムをやんばる仕様に活用するための地域内検討と事業者調整を積み重ね、12月にモニターを実施予定。

世界自然遺産やんばるの
旅暮らしの移動が便利

1 空想からやんばる3村への移動
2 やんばる3村内(4km圏内)の移動

タクシーの活用
マイカーの活用
シェア住宅の移動をシェア

二次交通へ対応
移動シェアサービスを活用

2023年11-12月号

やんばるTIMES

2023年11-12月号

シェア車で快適に
NearMe

生活にやんばるの魅力を
NearMe

観光客の移動をスムーズに

やんばる3村在住の皆様への「nottecoやんばる」利用についてのお知らせ

登録料・利用料金
全て無料

利用方法

- 1 ユーザー登録
- 2 同乗申請
- 3 予約可否の返信
- 4 配車

運行時間・範囲

利用時の注意事項

お問い合わせはお気軽にお電話下さい！

電話 050-5835-2032

メール info@notteco.jp