

第2のふるさとづくり プロジェクト

まちが わたしが 育つ旅。

いくたび >>>>



ナレッジ集

令和6年度



第2のふるさとづくり プロジェクト ナレッジ集

令和6年度

「第2のふるさとづくり」とは、
「何度も地域に通う旅、帰る旅」という
地域とのつながりに着目した、
国内旅行の新しいスタイルの
普及・定着を図る観光庁のプロジェクトです。
本誌はモデル実証事業を通じて得た
ノウハウの一部をまとめたナレッジ集です。
地域の皆さんが「第2のふるさとづくり」に
取り組むきっかけ・ヒントになれば幸いです。



02. 目次

04. 第2のふるさとづくりプロジェクトとは

06. 有識者インタビュー

08. 実証事業採択地域一覧

10. 12地域ナレッジ紹介

25. pickupコラム

26. モニターツアー参加者の声

30. モニターツアー参加者 アンケート調査結果

34. Information

第2のふるさとづくりプロジェクトとは

地域とのつながりに着目した新たな旅のスタイルづくりを目指すプロジェクト

「何度も地域に通う旅、帰る旅」という旅のスタイルの推進や、関係人口の拡大を推進し定着させることで、国内観光の新しい需要を掘り起こし、地域経済の活性化につなげることを目的としたプロジェクト。令和4年度よりモデル実証事業をスタート。

これまでの旅とは異なる新たな旅

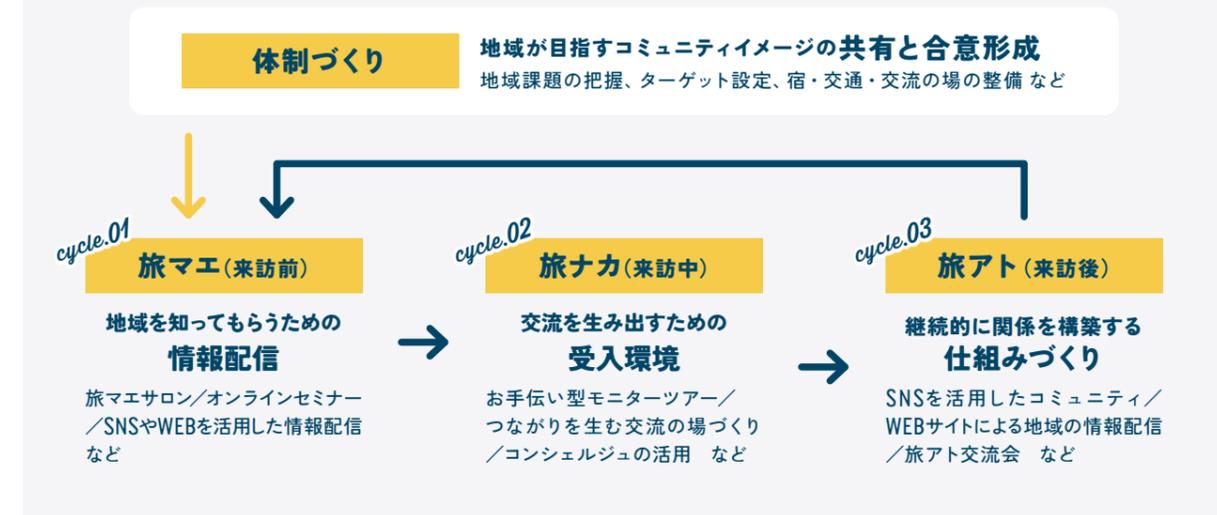
<p>旅行者(お客様)ではなく 仲間になる旅</p>	<p>地域での 役割を見つけられる旅</p>	<p>消費型ではない 学びを得る旅</p>
<p>「おかえり」「たいま」と 言える旅</p>	<p>暮らしを豊かにする 日常体験ができる旅</p>	<p>企業研修の中で地域の人とも ふれ合える旅</p>

POINT.3

第2のふるさとづくりプロジェクトモデル実証事業の取組

本事業が目指す地域資源を活用した新たな仕掛けづくりや地域活性化、再来訪による交流・関係人口の拡大のために、旅マエ・旅ナカ・旅アトの3つの観点で切れ目のない取組をしています。

再来訪を生み出すための循環型サイクル



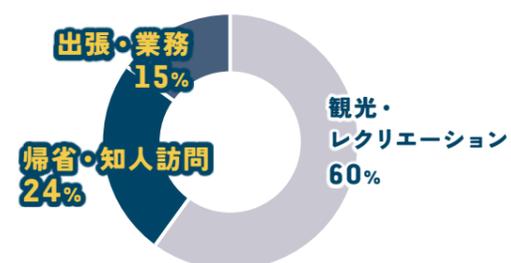
令和3年10月に本プロジェクトに関する有識者会議を設置し、取組の方向性等を整理した上で、令和4年度より先進事例の創出に向けて、実証事業を実施 (P08モデル実証事業採択地域一覧 参照)。

POINT.1

新たな国内旅行需要へ フォーカス

- ・観光ではない「帰省・知人訪問」「出張・業務」の国内旅行需要を増やす
- ・訪日旅行需要に比べ、国内旅行市場は横ばい傾向が長らく継続
- ・「観光・レクリエーション」目的以外の需要も含め、新たな交流市場の創出に取り組む必要がある

『帰省・知人』『訪問出張・業務』による 旅行需要は少なくない



〈国内宿泊旅行〉「旅行目的」の内訳 (2023年)

出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2023年)

POINT.2

第2のふるさとづくりによる 関係人口化の可能性

- ・地域資源に触れ、地域との関係性や参画が段階的に深まることで、自発的な来訪高頻度化や滞在長期化等を誘発する可能性がある
- ・関係人口や多地域居住・二地域居住・移住層へ緩やかに移行する可能性がある

観光客が関係人口や多地域居住・二地域居住・移住層に 緩やかに移行するプロセス (仮説)

	根源的 共同性	場の 共同性	自覚された 共同性	目的を持った 共同性
生存/ 安全	観光			
愛/ 帰属		ロイヤル カスタマー		
承認			関係人口	
自己表現				二拠点・ 多地域 居住人口

来訪の高頻度化・長期化
地域での個人消費額増

※坂倉杏介、保井俊之、白坂成功、前野隆司「『共同行為における自己実現の段階モデル』による『地域の居場所』の来場者の行動分析：東京都港区「芝の家」を事例に」(2012)を参考に観光庁作成

POINT.4

継続的かつ多頻度での再来訪率の向上のために

旅マエ・旅ナカ・旅アトの切れ目のない循環型サイクルに加え、3年目となる令和6年度は、継続的かつ多頻度での再来訪促進を目的に加えしました。モデル実証事業地域から得たナレッジを、3つのポイントを踏まえ紹介します。

1 つくる >>>

再来訪しやすくなる
プランや場づくり

- ・ターゲットニーズに合わせたプログラムづくり
- ・多頻度来訪事例の更なる磨き上げ
- ・交流の場づくりの強化



2 つたえる >>>

相互理解を深める
コミュニケーション

- ・集客・PR・販売方法
- ・アンケートやヒアリングによるニーズ調査
- ・再来訪機運醸成・つながりを途絶えさせないための旅ナカコミュニケーション



3 つながる >>>

関係深化のための
旅アトプログラム

- ・旅アトのプログラムの充実
- ・自発的な再来訪を促す仕掛け
- ・再来訪機運醸成・つながりを途絶えさせないための旅アトコミュニケーション





有識者インタビュー

3年目を迎えたVFR市場*の開拓を目指す チャレンジングな取組

「何度も地域に通う旅、帰る旅」というスタイルの推進・定着を通じて地域活性化を目指す「第2のふるさとづくりプロジェクト」。令和3年より立ち上がり、令和6年度で3年目を迎えます。同プロジェクトで座長を務める東京女子大学教授 矢ヶ崎紀子先生に、改めてプロジェクトの意義や多頻度来訪のための仕掛け作りのヒントなどを伺いました。

※VFR：Visit Friends and Relativesの略称。友人や親族を訪問する旅行



矢ヶ崎紀子
東京女子大学 現代教養学部
教授。第2のふるさとづくり
プロジェクト座長

住友銀行、日本総合研究所 上席主任研究員を経て、観光庁 参事官（観光経済担当）（2008年10月～11年3月、官民人事交流）。観光統計の整備、観光白書、休暇改革等の観光需要平準化などを担当。首都大学東京（現・東京都立大学）都市環境学部特任准教授、東洋大学国際観光学部教授を経て、2019年4月から現職。国土交通省交通政策審議会委員（2013-23年）・観光分科会長（2019-23年）。

「大事な人に会いに行く」 そんな新しい旅のカタチ

旅行目的には、自分が自由になる時間（余暇）を使って行う観光旅行、ビジネス目的の旅行、そして、VFRという友人・知人や親族を訪問する旅行があります。3つ目のVFR旅行は、日本ではあまり意識されることがないのですが、世界的には盛んでとても大事です。第2のふるさとづくりプロジェクトは、我が国のVFR市場の拡大を目指す、画期的な取組なのです。

VFR旅行の目的地は、友人・知人や親族が暮らす土地。そこは、必ずしも有名観光地ではなく、全国各地にある普通の地域です。そこで、自分の大事な人々の無事を確認し、一緒の時間を過ごして絆を深めます。こう

した訪問は将来にわたって続いていくのです。

数よりも関係性づくりが 大切なVFR市場

地域にとってVFR旅行が大事な理由はさまざまですが、その一つが、災害復興の原動力になることです。地域に災害等が発生してしまった後、最初に戻ってきてくれるのが地域に縁のある人々、すなわち、その地域に住まう大事な人に会いに来る旅行者です。その来訪が、被災地域の人たちにどれだけ勇気を与えるか。それは計り知れないです。私自身、熊本地震後に駆けつけた先の方々にとっても歓迎された経験があります。地域には、多様なVFR旅行の効果・効能を発見し、開発してほしいと思います。

第2のふるさとづくりプロジェクトでは、地域の人々の中に友人・知人を見つけ、その地域を自分のふるさとのように大事にしてくれる旅行者を増やそうとしています。いわゆる、関係人口の創出・拡大ですね。国内ではまだまだチャレンジングな取組ですから、人数を追うよりも、地域と良い関係性を築くことができる来訪者を少しずつでも丁寧に増やすことが大切だと考えています。

「繰り返し訪れにつなげるために重要なことは？」

これは本当に難しいところで、これは本当に難しいところですよ。来訪者にとっては、おそらく初回訪問と2回目の訪問の間が一番重要かと思っています。2回行ったら3回、4回とリピートする可能性が増えますよね。

リピーターづくりには、会いたい人がいる、何度も食べたい美味しいものがある、行けば行くほど自分の能力が上がるアクティビティがある、などが有効とされています。これらに加えて、旅の魅力の3分類も踏まえておくとも良いと思います。旅行目的となるほどの大きな魅力、そこまでではないが行った先でついでに楽しむ魅力（旅程を埋める魅力）、そして、行って初めてわかる魅力です。実は、この3つ目がとても大事。

行って初めてわかる魅力を、地域が上手に配置しておく、旅行者はあたかも自分自身が発見したように思いますね。それは、自分が見つけた素敵な魅力なわけですから、地域に一步深く入れた気分になりますし、この魅力を誰かに伝えたくなり

ます。何度行っても、そうした魅力を少しずつ発見できると、その地域を大切に思う気持ちがどんどん育まれて行くでしょう。本プロジェクトを通して、地域の魅力の発信方法や来訪者との交流の仕方が、繰り返し訪れる旅行者づくり仕様にデザインされることを期待します。

「お客様」という 捉え方からの脱皮

第2のふるさとづくりプロジェクトでは、地域と来訪者の関係性づくりのモデル実証を進めています。これまでの観光客の受け入れとは異なる、「人と人との関わり方や距離感」を工夫していくことがポイントだと考えています。このためには、まず、来訪者を「お客様」と捉える習慣から脱皮して、友人がたまたま帰ってきたというような、お互いが楽に続けられる関係や距離感をつくっていく。そこにはコーディネートや、おもてなしをしすぎない地域側のさじ加減が重要になってきますね。

「お客様は神様」ではありません。このプロジェクトでは来訪者と地域は対等です。来訪者の側からすると、地域の人々から「お帰り！」と言ってもらえて、

滞在中に自分がすることがある、この地域での役割がある、と実感できると最高ですね。

こうした関係性に加えて、そこに行かなければ体験できない自然や文化、暮らしに触れることができれば、来訪者はその場所を自分にとっての特別だと感じるでしょう。

「一どのようなコミュニケーションが大切になりますか？」

「こんにちは」「お帰りなさい」「次はいつ会えるの?」というカジュアルなやりとりや、地元の素朴なあたたかい言葉でつながっていきけるといいですね。地域が発信する情報も、日常の話や地元ネタのほうが、常連として認められている、コミュニティの一員だ、という感覚が生まれると思います。実際、来訪者から脱皮して、友人がたまたま帰ってきたというような、お互いが楽に続けられる関係や距離感をつくっていく。そこにはコーディネートや、おもてなしをしすぎない地域側のさじ加減が重要になってきますね。

Point.

- ✔ 関係人口創出は旅の目的の多様化につながる
- ✔ 数を増やすより大切な関係性づくり
- ✔ 地域の日常や、地域と来訪者の距離感が大事
- ✔ 第2のふるさとを持つことは生きやすさ、人生の豊かさにつながる

ます。関係性づくりに「モノ」を活用するのも一考に値します。お土産物、地域の名産品等で、来訪者の身近に置いておけるモノが良いでしょう。日常生活の中で、ふとしたときに見たり触れたりすると地域のことを思い出します。モノは、地域での経験の記憶を蘇らせ、いつ行こうかと次の旅へとつなげてくれると思います。

第2のふるさとを持つことが 人生の豊かさにつながる

「来訪者と地域にとってどんなメリットがありますか？」

そもそも旅は人生を豊かにするもの。第2のふるさとを持つことは、その人の生きやすさと人生の豊かさにつながると考えています。将来が不確実でストレスの多い社会では、自分の生まれた町と働く場所以外に、気軽に行ける第3の場所が必要です。

何十年前ですが、ある市長さんから、「生まれ育った場所と働く場所だけだと、しがらみが多すぎて息が詰まるから、市民の皆さんには、のびのびと呼吸できる第3の場所を持ってほしい」とビジョンを語って頂いたことがありました。自力で見つけるのもよし、第3の場所を目指している地域の提案に乗ってみるのもよし。第3の場所は複数あってもいいですね。

このプロジェクトを進めると、地域の側では、これまでの観光振興とは異なる担い手を発掘できることとなります。第一次産業の方々も、観光ビジネスとは直接接点のない地域の人々も、関係性を求めてやってくる来訪者の受け入れを担えるのです。やり方は多様です。

このナレッジ集をきっかけに、本プロジェクトが目指すことをイメージして頂き、関係人口創出のための事例を参考にして、ぜひ、実践してみてください。



令和6年度モデル実証事業 採択地域一覧

令和4年度は地域との関わりの創出、滞在環境やアシの確保などに対してのモデル実証事業(19地域)を、令和5年度は来訪のたびに新たな体験ができるかや、来訪後にどれだけ地域と接点を持てるか等の関心の継続性に着目したモデル実証事業(18地域)を実施しました。令和6年度は、継続的かつ多頻度での来訪を通じた交流人口及び関係人口の拡大や地域活性化につながるモデル実証事業(12地域)を行いました。



→ P.18
[福島県二本松市]
山でつながる山旅サポーター通い旅



→ P.24
[埼玉県秩父市]
年間300日以上祭りを開催! 地域の象徴「祭り」をハブにコミュニティをつなぐプロジェクト



→ P.16
[新潟県南魚沼市ほか]
「地域に何度も通う旅・帰る旅」で地域を自分ごと化する関係「行動」人口創出プログラム in 雪国観光圏



→ P.12
[富山県南砺市]
つくる人をつくる in 「井波彫刻塾」—伝統と革新が混ざり合うまち井波で、「マスター」との出会いを通じたファンづくり事業



→ P.20
[長野県東筑摩郡生坂村]
「自然再生で村おこし」共に学び育てる生坂村リジェネラティブ・ツーリズム



→ P.23
[滋賀県栗東市]
山と里とともに生きる奥金勝(おくこんぜ)「ファザーフォレストライフ」構築実証事業

令和4・5年度モデル実証事業採択地域
北海道川上郡弟子屈町/福島県福島市ほか/福島県耶麻郡磐梯町/福島県双葉郡葛尾村/栃木県那須郡那須町/埼玉県秩父市ほか/埼玉県比企郡小川町/神奈川県足柄上郡大井町/新潟県佐渡市/新潟県南魚沼市ほか/富山県、福井県、鳥取県/長野県小県郡長和町/岐阜県下呂市/滋賀県栗東市/京都府京都市右京区/京都府南丹市美山町/兵庫県丹波篠山市/兵庫県美方郡新温泉町/奈良県吉野郡吉野町/鳥取県鳥取市ほか/島根県松江市ほか/島根県邑智郡邑南町/島根県江津市ほか/山口県下関市/香川県仲多度郡琴平町/香川県三豊市/愛媛県西条市ほか/福岡県朝倉郡東峰村/熊本県阿蘇郡南阿蘇村/沖縄県国頭郡国頭村ほか



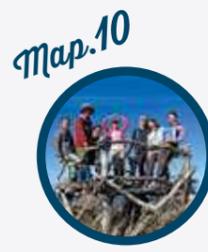
→ P.23
[北海道上川郡上川町]
先駆者や大学教授から「地方での起業」を学ぶことで、移住課題である収益確保の術を身に着ける観光プログラム～複数来訪をきっかけに「自分が暮らす、我が上川町」を創り出す～



→ P.24
[北海道虻田郡洞爺湖町]
人をつなぎ未来を創造する「トーヤの森」プロジェクト



→ P.22
[福島県福島市ほか]
信達地方の蚕の糸が結ぶ文化と人～シルクロードが導く再来訪の仕組みづくり～



→ P.22
[兵庫県美方郡新温泉町]
新温泉町のファンが、次なるファンを創出していくための「新温泉町ローカルクエストvol.2」



→ P.10
[香川県仲多度郡琴平町]
濃度・深度にマッチした再来訪への仕組みづくりの深化を目指す琴平町観光マーケティング実証事業



→ P.14
[愛媛県大洲市]
来訪者が地域とつながり続ける持続可能な仕組みづくり事業～サステナブルシティを第2のふるさとに～