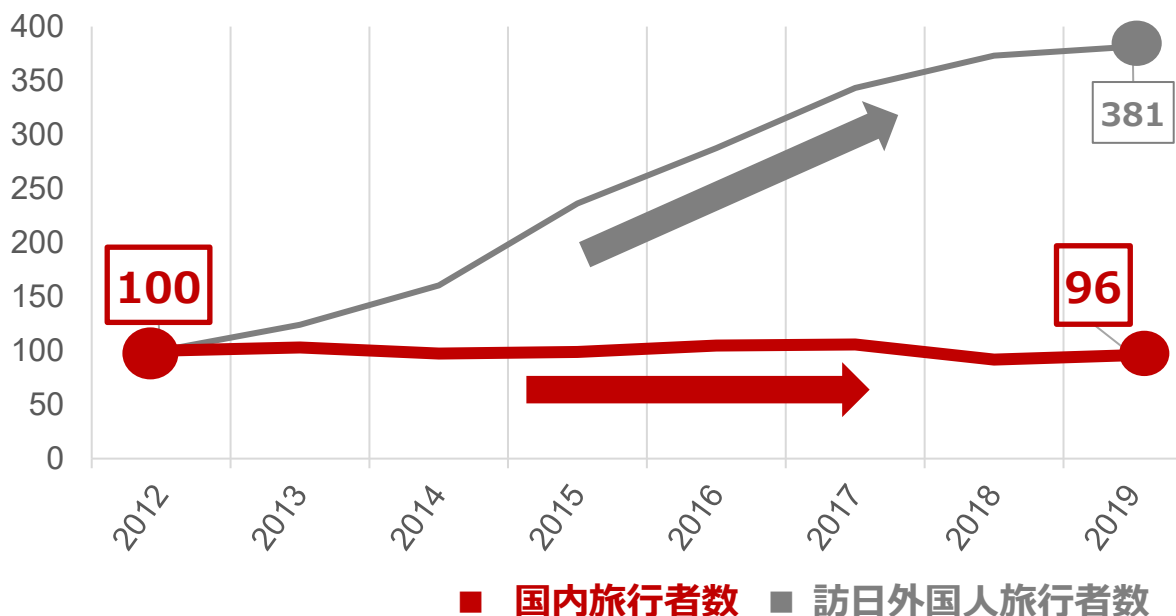


国内旅行市場を取り巻く環境

- 我が国の国内旅行市場は、拡大傾向にある訪日旅行需要に比べ、**横ばい傾向が長らく継続**。
- 国内宿泊旅行の需要を目的別にみると、「**観光・レクリエーション**」は**6割**に過ぎず、「**出張・業務**」「**帰省・知人訪問**」が**残りの4割**を占める。国内旅行市場を需要拡大に転じさせるためには、「**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**。

<2012年～2019年> 2012年を起点とした場合の旅行需要の変動

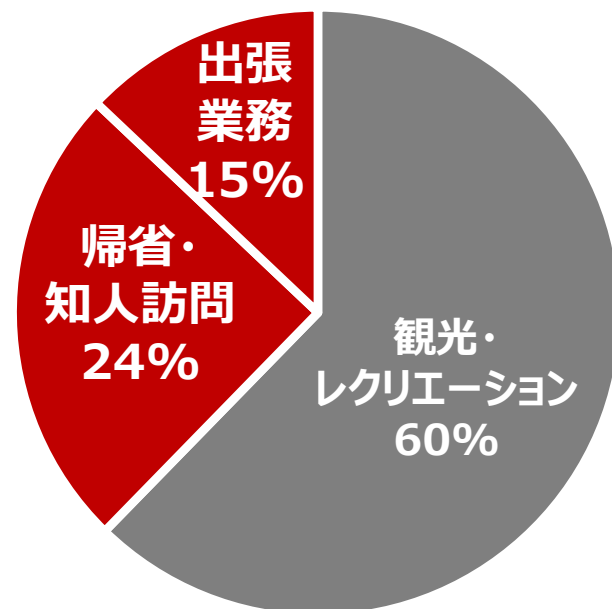
訪日旅行の拡大傾向に対して、国内旅行は横ばい傾向



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2022年) JNTO「年別 訪日外客数, 出国日本人数の推移」(2022年)

<国内宿泊旅行> 『旅行目的』の内訳 (2023年)

『帰省・知人訪問』『出張・業務』による旅行需要は少ない



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2023年)

事業目的・背景・課題

- これまで横ばい傾向であった国内旅行市場が需要拡大へ転じるためには、新たな交流市場・観光資源の創出が重要。
- 地域との交流・ワーケーションによる来訪・地域運営への参画等の関係人口化を通して反復継続した来訪を創出する「第 2 のふるさとづくり」により、国内交流需要の拡大を図る。

事業内容

関係人口化を通じた反復継続した来訪を創出する「第 2 のふるさとづくり」

- 令和 4 年度の事業創設以降、地域との交流・地域運営への参画等を通じて地域との繋がりの創出を目的にした新たな旅のスタイルの構築に取り組んできたところ。令和 7 年度においては、地域への経済波及効果に注目しつつ、持続的に事業継続可能な先駆的モデル事例の創出に取り組む。
- また、『人と地域の関係人口化』のみならず、企業においても、地方への関心が高まっており、地域課題への接点を求め、ワーケーション等を通じて、地方とのより深い関係の構築を模索する企業が増加。このような傾向に対して、地域と企業の結びつきを強固なものとし継続的な来訪に繋げるため、『企業と地域の関係人口化』の促進に繋がるプログラムを『企業版第 2 のふるさとづくり』として、企業をターゲットとした地域交流型の新たなプログラムの造成を目指す。

人と地域の関係人口化

先駆的事例創出モデル

地域への経済波及効果の高さと事業の持続可能性を両立した新たな事業モデル等、これまでの第 2 のふるさとづくりプロジェクトでまだ組成できていない先駆的な事業モデルの創出を実施。

企業と地域の関係人口化

企業版第 2 のふるさとづくりモデル

地域課題の解決など、企業の関心が高いテーマに関して地域との交流を通じて学ぶ体験型プログラムを造成し、滞在を通して知見を企業が地域に還元していく「企業の関係人口化」に向けたモデル事例創出を実施。

事業スキーム

事業形態：直轄事業 請負先：地方公共団体、DMO、民間事業者 等
事業期間：令和 4 年度～

第2のふるさとづくりプロジェクトの基本的な考え方

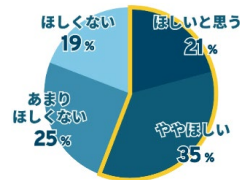
地域とのつながりを求める潜在的な需要

- 『観光レジャー』目的の旅行の伸び悩み、**出張・知人訪問に余地**。
- 感染症拡大、リモートワーク等の進展、田舎にあこがれを持つ若者の増加などにより、**他者とのリアルな繋がりを求める動き**。
- 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。

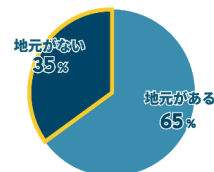
地域との繋がりに着目した新たな旅のスタイルへの可能性

これまでの旅とは異なる「何度も地域に通う旅、帰る旅」

56% は「第2のふるさと」がほしい

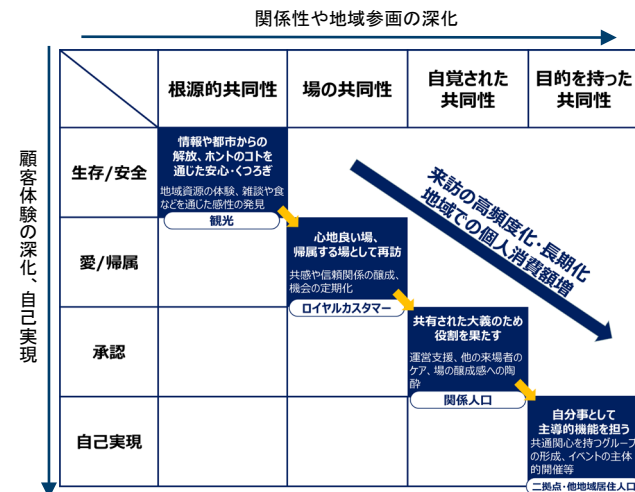


35% は帰省できる地元がない



出典：『週刊じゃらん』調べ「新しい帰省スタイルに関する調査」

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）



※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。

これまでの旅のスタイル



○モデル実証事業では、持続的に事業を行うために必要な「**地域の体制づくり**」、地域に人を呼び込むための事前交流会や事前勉強会等の「**旅マエ**」の取組、地域と来訪者の交流を行うプログラムや滞在環境・移動環境の整備等の「**旅ナカ**」の取組、旅ナカ後も地域と来訪者をつなげておくための「**旅アト**」の取組を実施。

地域の体制づくり

地域の受け入れ体制の構築

地域課題の把握

地域との合意形成



コーディネーターの育成

地域とのワークショップ

おもてなし勉強会



旅マエ

事前勉強会

イベントPR・集客

事前交流会
(オンライン・オンライン)



- ・来訪者の期待感醸成
- ・ファンコミュニティを活用したイベント告知
- ・受け入れ地域の住民の不安感払拭

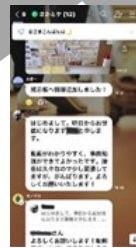
旅アト・再来訪施策

コミュニティの構築

再来訪イベントの開催

振り返り・課題抽出

- ・SNSを活用した交流の場
- ・モニターツアー参加同士が集う場
- ・来訪者も交えた地域内振り返りワークショップ



旅ナカ



コミュニティ・交流

関係人口創出の取組

地域内移動・宿泊施設

- ・来訪者と地域との交流プログラム
- ・場に集う・地域に触れるモニターツアー
- ・地域のお手伝いをする事で宿泊費が割引になる長期滞在のための仕組み



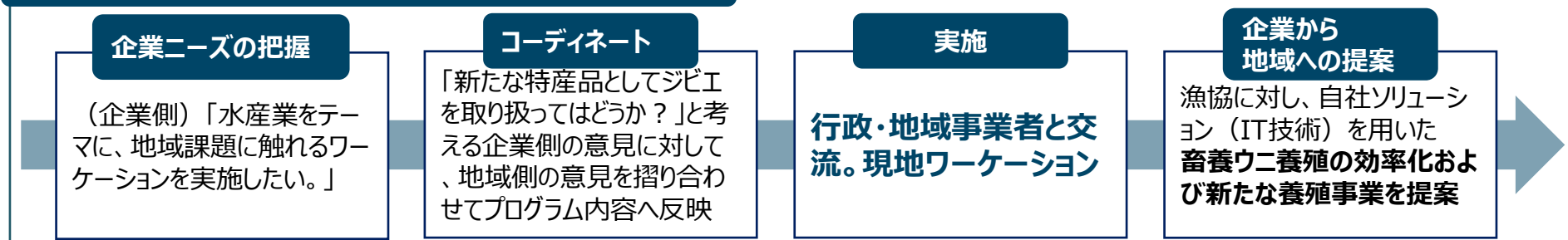
企業版第2のふるさとづくりモデル

企業からのニーズの高いワーケーションモデルの構築

ワーケーションの形態では、単に余暇期間を活用したテレワーク（福利厚生型）だけでなく、業務の一環として、地域貢献を目的とした地域課題の解決をテーマにしたワーケーション（地域課題解決型）や職場内のチームワークの向上やスキルアップを目的としたワーケーション（合宿型）等によるものも存在し、送り手となる企業からは後者のニーズが高い。

地域課題解決型の例（水産業がテーマの場合）

※岩手県釜石市 企業-地域の協働による地域課題解決型ワーケーション での取組事例



○過年度取り組んできた業務型ワーケーションからより地域と企業の強い結びつきを構築するプログラム造成として「**企業版第2のふるさとづくり**」に取り組み、地域への**反復継続的な来訪に繋げる**。

○具体的には、地域課題やSDGs・ESG、イノベーション創出など、地域が提供する**企業の関心度が高い体験型プログラムを通じて、学びから得た知見を企業が地域に還元していく「企業の関係人口化」に向けたモデル事例創出**を支援。

