

An aerial view of a crowd of people on a light-colored floor with a grid pattern. A network of thin, light blue lines is overlaid on the grid, connecting various points across the scene. The people are small figures, some standing, some walking, and some in groups. The overall tone is bright and modern.

コレカラ会議

一人ひとりが、未来に向けて、
前向きな一歩を踏み出せるように

リクルートは、就職、結婚、進学、住宅、自動車、旅行、
飲食、美容、業務・経営支援など様々なサービスを展開しています。

その特長を活かして、領域横断で俯瞰することから社会の変化をつかみ、
より良い未来へ貢献する問題提起や提言を行っていきます。

コロナが生んだ、旅から始まる、新しい地方活性の兆し

こころの故郷さがし

Agenda

前半

コロナで生まれた新しい旅行の兆し
～「こころの故郷さがし」とは？

話者

じゃらんリサーチセンター
センター長
沢登 次彦



後半

「こころの故郷さがし」がもたらす変化
～地方活性化の可能性

話者

SUUMOリサーチセンター
センター長
池本 洋一



01

コロナで生まれた新しい旅行の兆し

「こころの故郷さがし」とは？

Speakers



沢登 次彦（さわのぼり つぐひこ）

株式会社 リクルート
じゃらんリサーチセンター センター長
兼 とーりまかし編集長

1993年4月株式会社リクルート入社。

教育機関広報事業部を経て2002年10月に国内旅行事業部へ。

関東近郊観光地のエリアプロデューサーとして地域活性に携わる。

2007年4月より現職。

観光庁を始め中央省庁や地方自治体の各種審議会委員、講演・研修等を務める。

「こころの故郷さがし」とは？



「こころの故郷さがし」とは？

コロナ禍を背景に、解放感と地域への深い共感・貢献感など心が満たされる場所（=こころの故郷）を持ちたいというニーズが高まっている。

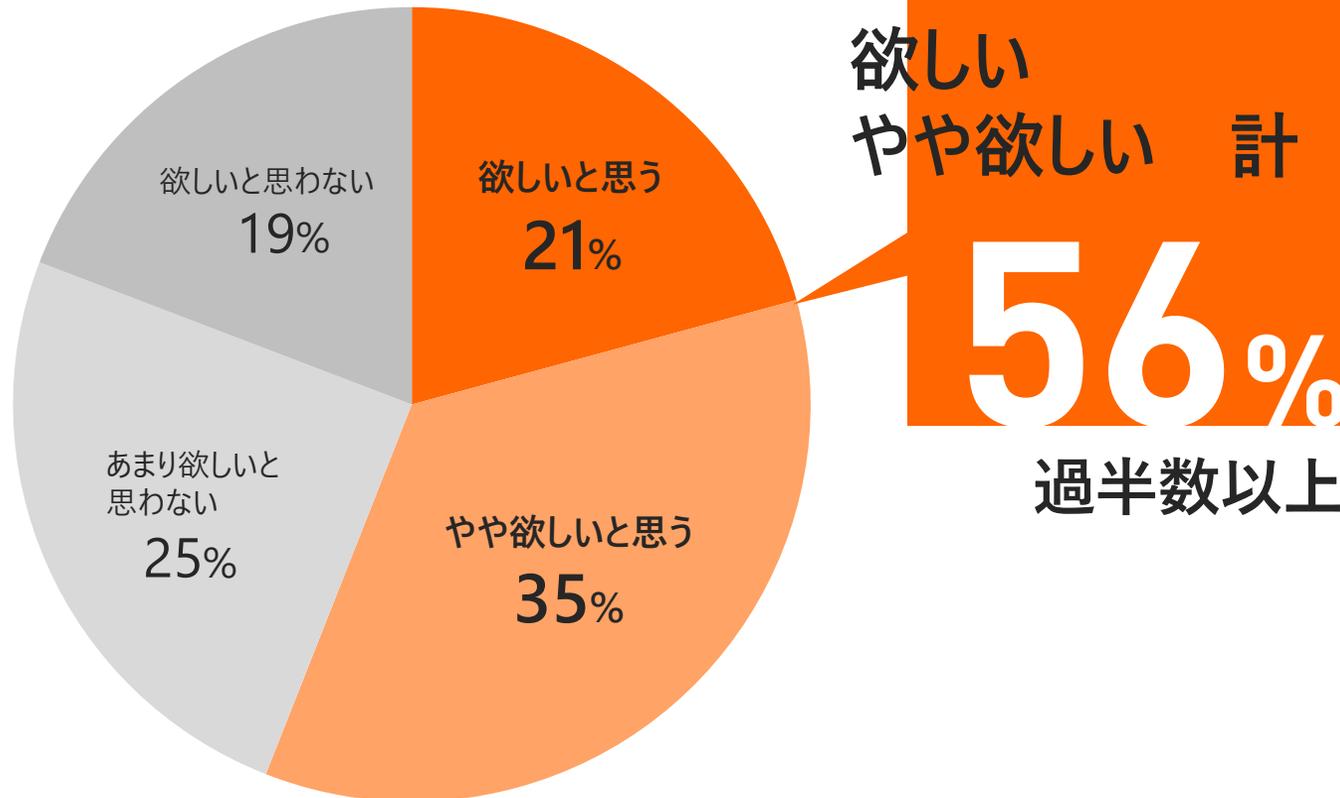
「こころの故郷」を探す旅とは、観光を目的にしていない、現地の暮らしを体験したり、文化に触れたり、現地の人達と交流するという新しい旅の形。

「こころの故郷」ができることで、週末にリセットできたり、自分の生き方を見つめなおすことも。

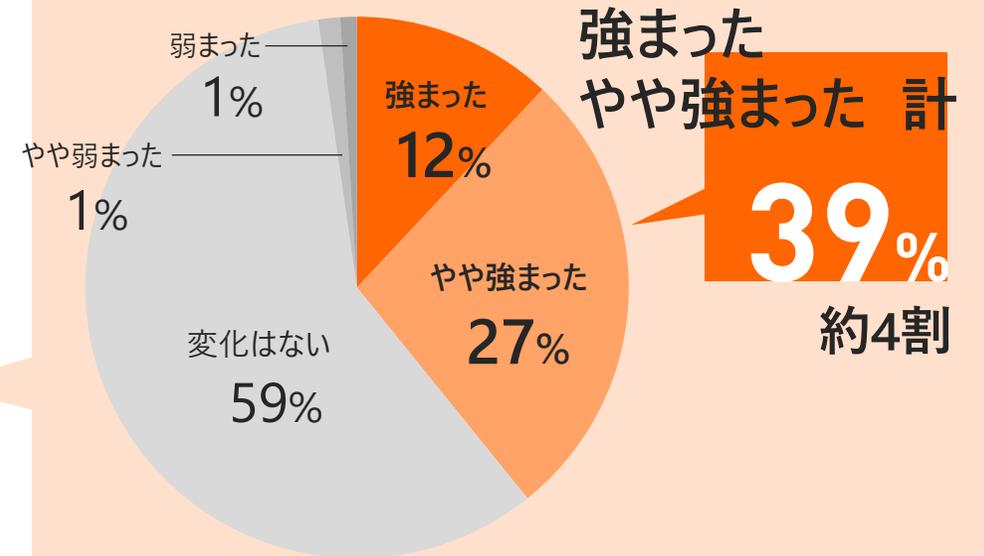
もうひとつのふるさとから新しい生活、人生がはじまる。

「ふるさと」を持ちたいというニーズが高まっている

生まれ育った地元以外にも
"帰省しているかのような感覚を感じられる場所"
が欲しいと思いますか？

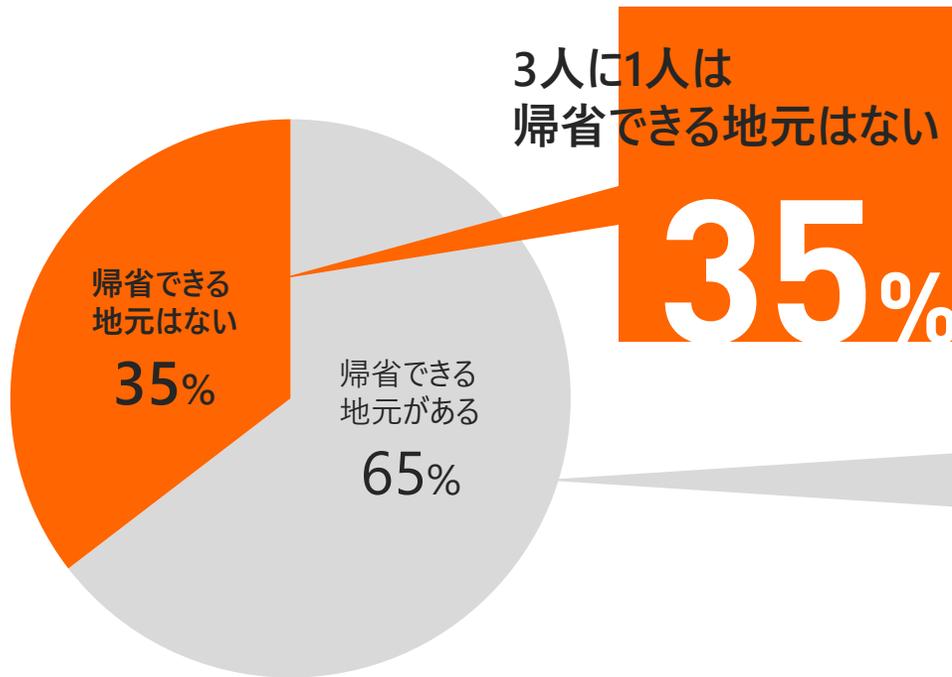


その気持ちがコロナ禍で強まりましたか？

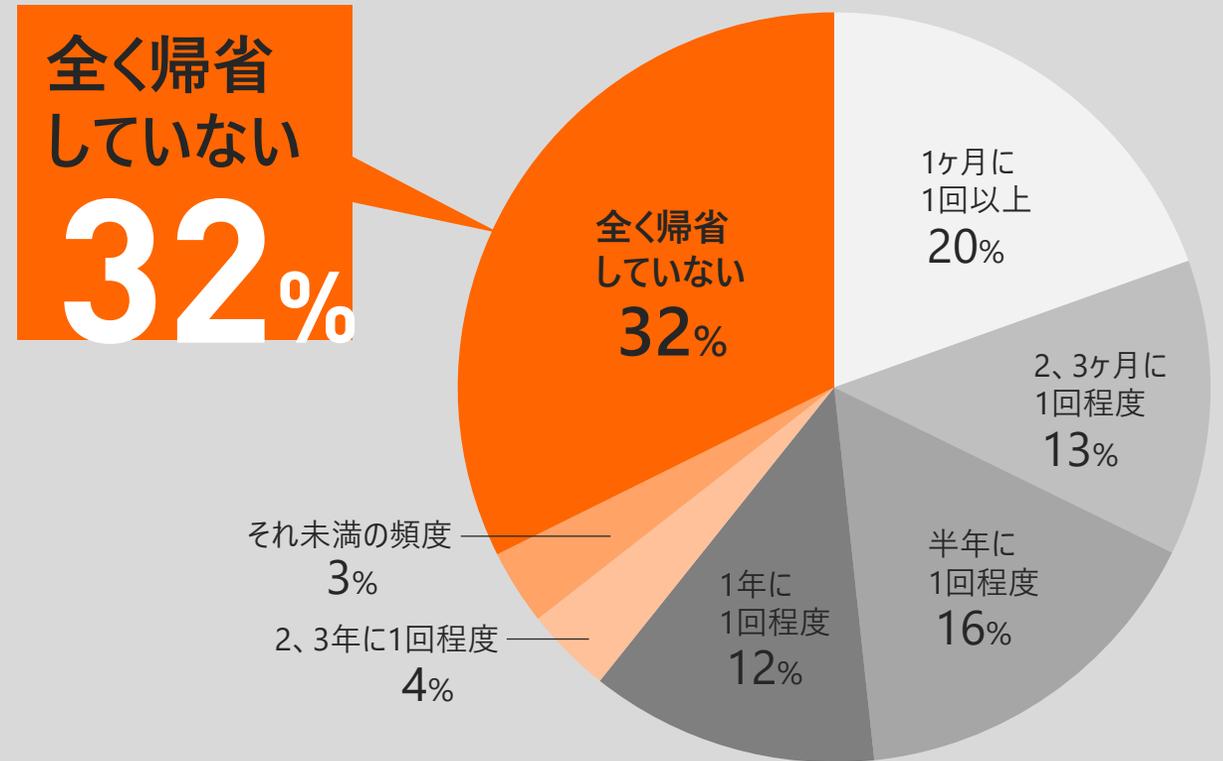


帰省できる地元がない、地元があっても帰省できていない人が増えている

あなたには現在、
“帰省できる地元”がありますか？



新型コロナウイルス感染症の拡大後の
帰省の頻度はどのくらいですか？

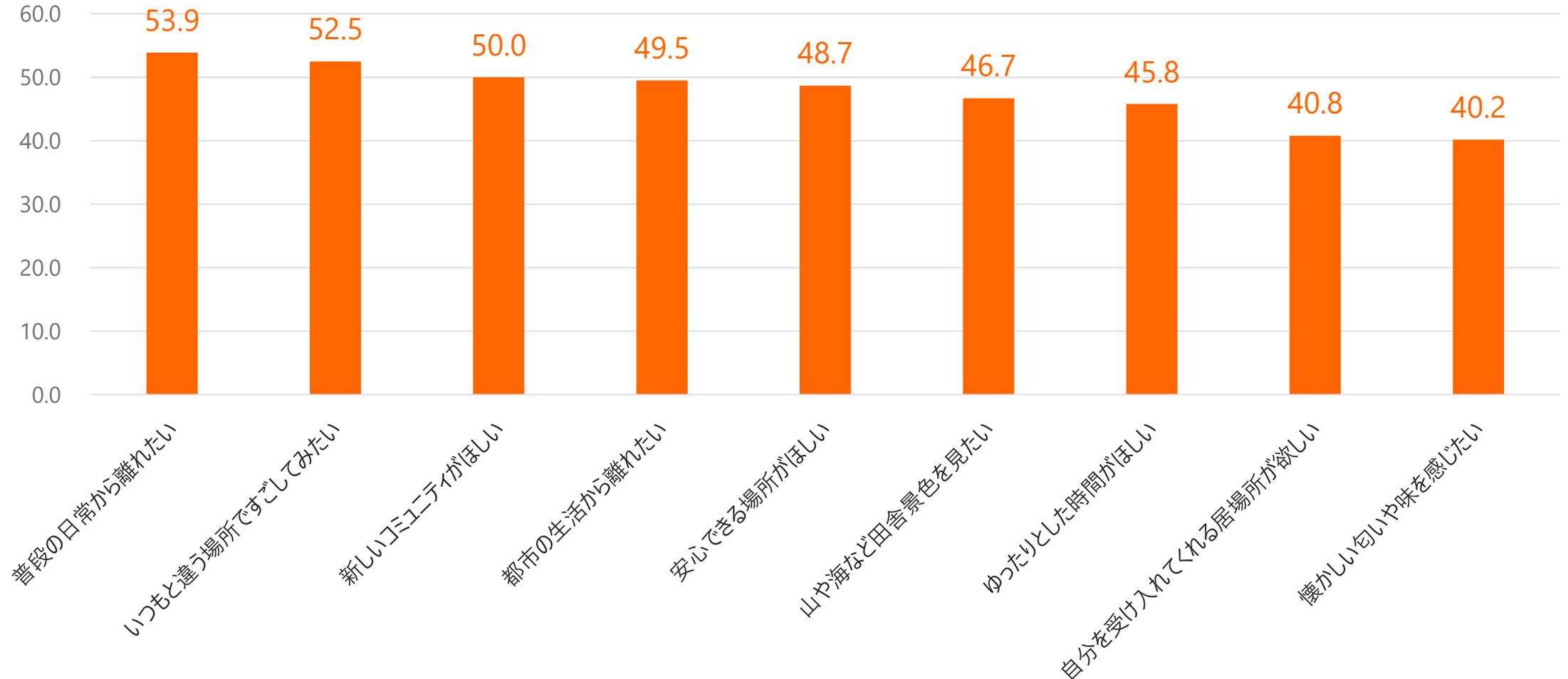


コロナ禍で「普段の日常から離れたい」「いつもと違う場所で過ごしてみたい」などの気持ちが強まった人が50%以上

以下のような気持ちがコロナ禍で強まりましたか？

コロナ禍で感じ方が強まったと答えた人の割合

(単位 %)



どんな人が実施しているのか？

どんな人？

- 都心に住んでいる
- 帰省先がない（実家も都会） or コロナで帰省できない
- コロナ禍で新しい出会いの減少
- 旧知の人との親睦も減る
= 人と会えていない

どんな悩み？

- コロナで不安や閉塞感を感じる
- コロナが落ち着いた際の以前の当たり前だった毎日に対しての不安（通勤、残業、ストレスフルな日常）
- 今の日常（仕事・家庭・趣味）がこのままで良いのかの疑問
- 心にゆとりがない

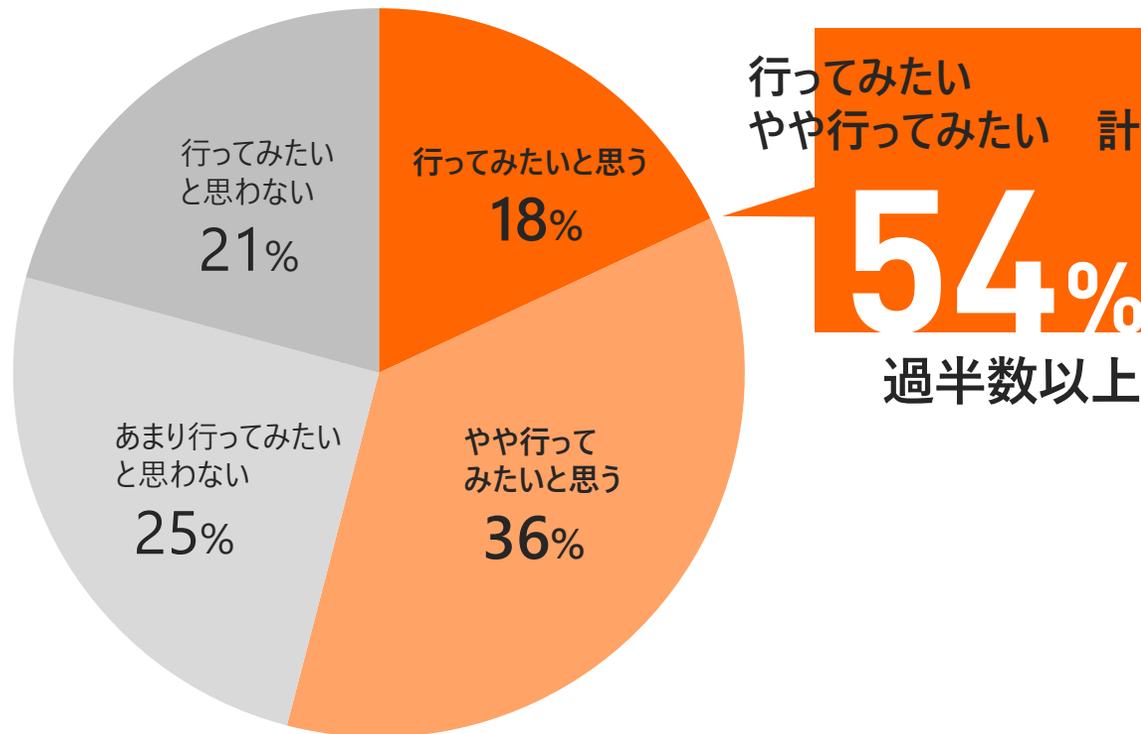
どんな人が実施しているのか？

なにを求める？

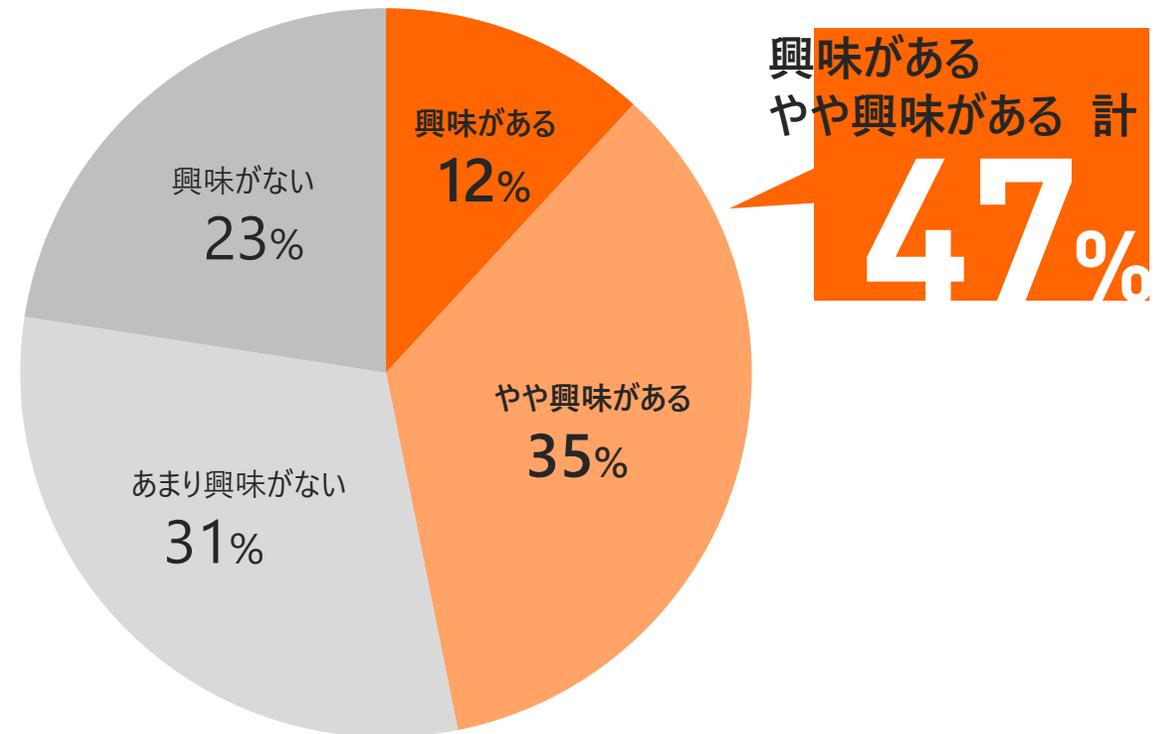
- ・自分の人生を見つめ直したい／**新たな生活**を模索したい
- ・**地方の自然豊か**で**スローな時間**
- ・**地方の温かな人達**との交流
- ・日常や、非日常(現状の旅行)ではなく「**異日常 (違った日常)**」を味わいたい
- ・自分の拠点となる場所がもうひとつほしい (= **居場所**がほしい)
- ・**リフレッシュ**したい
- ・役に立ちたい／**必要と**されたい

帰省しているような感覚を感じられる場所を探したいニーズが増えている

"帰省しているかのような感覚を感じられる場所"を探するために、今後(も)今まで訪れたことのない場所へ行ってみたいと思いますか？



「帰省しているかのような感覚を感じられる場所を訪れること」をテーマにした旅行プランや場所、集まりがあった場合、その内容に興味がありますか？



箱根に「こころの故郷」 をもつSさん

過ごし方

- ・車で移動し、地域の景観を楽しみながら、いつもの日常から「異なる日常」へと移動していく
- ・現地の食材をつかったどこかなつかしい夕食を食べることで、ふるさとの感覚を味わう
- ・大好きな本に囲まれた空間で読書や温泉を楽しみ、ゆっくりと過ごす

得られること

- ・異なる日常を過ごすことで、おもいもよらないアイデアが得られる
- ・コロナ禍での目に見えないフラストレーションや日常では解放できない自分が表現できる



Sさん (50代男性・神奈川県在住)
編集者

「箱根本箱」に合計6回のリピート滞在、
3泊4日ほど長期滞在することも
箱根は「素の自分に戻れる場所」

古民家ホテル ryugonさま（新潟県南魚沼市）

取り組み背景

雪国観光圏の拠点として、
「観光地」ではない場所だからこそ、「非日常」ではなく
「異なる日常」を体験できる場所を創ろうと
2019年にリニューアル。

プラン内容

- ・近隣の山へガイドと一緒に入り、
野生の山菜やきのこを収穫。
食材は持ち帰り＆料理をする「きのこ狩り」。
- ・雪国の郷土料理名人のおばあちゃんと
一緒に雪国の郷土料理を作る「土間クッキング」
のようなアクティビティを用意。



「異なる日常」を体験できる
場所を創り、
地域のブランディングの拠点に

3 新潟南魚沼で「こころの故郷探し」を満喫している人たち



Hさん
ピアノ講師

「自然の中で食べ物を見つけて収穫する、生き物としての好奇心をくすぐられる経験はいくつになっても楽しい。

通常見たこともないきのこを収穫して、料理の仕方まで教えてもらうという現地の生活を味わえるのは最高です。」

「旅先では、オーソドックスな観光名所を巡ることよりも、地元の商店街や路地裏など、その地域の素顔に触れられるところを歩くのが好きだ。『ささやかに異なる日常』を楽しみたい。」

Yさん
フリーライター



Bさん

「この地域の食文化を守ってきたおばあちゃんと、一緒に料理をする体験をする土間でクッキングに参加した。おばあちゃんとの会話もこの地域の温かさを感じられ、雪国に馴染んだようでちょっと嬉しい気持ちになった。」

週刊じゃらんの企画 「はじめまして帰省」

企画

- ・「帰省」を新しい旅行の一つのかたちとして発信
- ・「帰省」を感じるためには
「人」「五感」「時間」「縁・記憶」「安心感」
という5つの要素があるのではないか
という仮説を元に、各土地の魅力を紹介



観光庁

ふるさとを持たない都市部の若者らをターゲットに、「第2のふるさと」として、「何度も地域に通う旅、帰る旅」を推進。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。

目的

「何度も地域に通う旅、帰る旅」という
新たなスタイルを推進・定着させ、
地域が一体となって「稼げる地域」に変化することで、
地域活性化を図りたい。

【ポイント】

- ① 滞在型コンテンツ
- ② 滞在環境
- ③ 移動の足の確保



02

「こころの故郷さがし」がもたらす変化

地方活性化の可能性

Speakers



池本 洋一（いけもと よういち）

株式会社 リクルート
SUUMOリサーチセンター センター長
兼 SUUMO編集長

1995年、リクルート（現 株式会社リクルートホールディングス）に入社。
以来、編集、広告営業、事業開発等を経て2011年にSUUMO編集長、
2019年よりSUUMOリサーチセンター長を兼任。

取材、調査、データ解析などを通じて、住まい領域のトレンドをテレビ、新聞、Webメディア等
を通じて発信する。

内閣官房、国土交通省、経済産業省、環境省などの委員も歴任。

「こころの故郷さがし」によってもたらされる変化



現地での体験

異日常
心のゆとりや癒し
「本質的な価値」との出会い
何か役に立つことをしたい
接点のない人との触れ合い

「こころの故郷さがし」によってもたらされる変化

旅行者の変化

自分が満たされる時間
(自分を取り戻す・見つめなおす・リフレッシュ)



そこで過ごす時間を
定期的に求めるように

現地での体験

異日常
心のゆとりや癒し
「本質的な価値」との出会い
何か役に立つことをしたい
接点のない人との触れ合い

街の変化

著名観光地でない地域でも
交流人口の獲得が可能

ロイヤルカスタマーの発展

「こころの故郷さがし」によってもたらされる変化



旅行者の変化

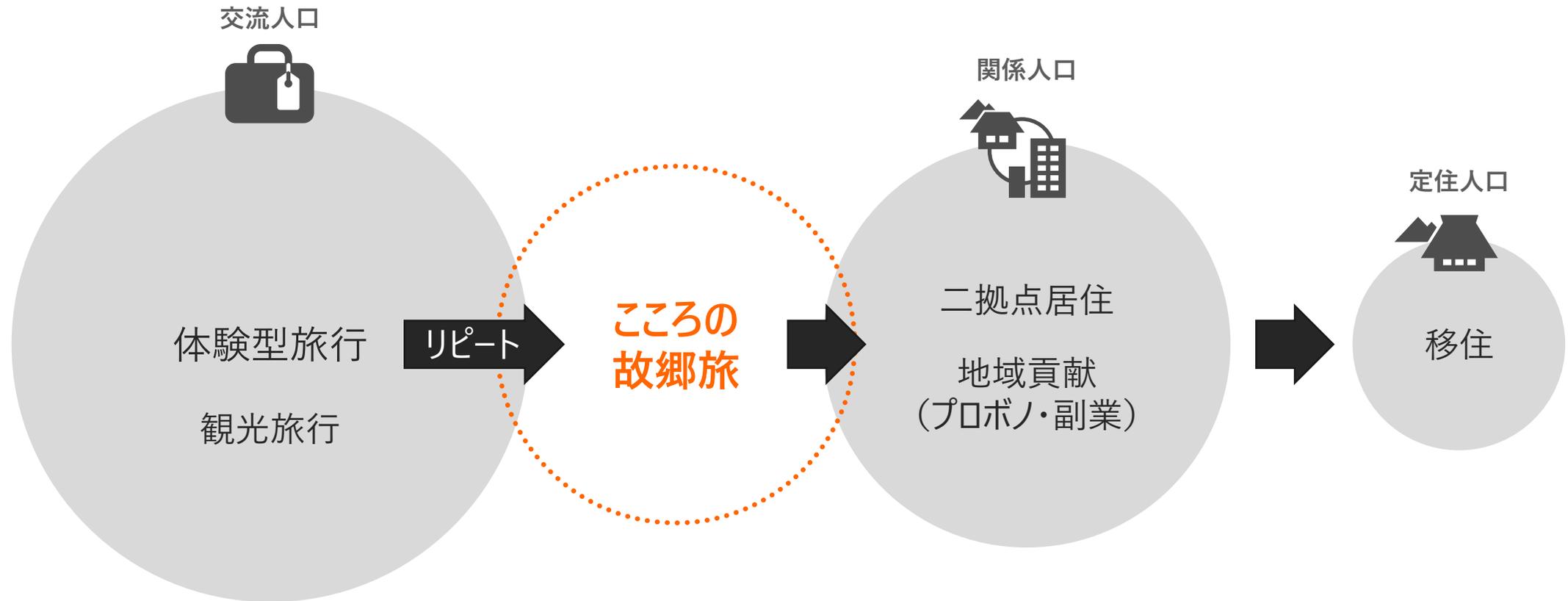
現地での体験

街の変化

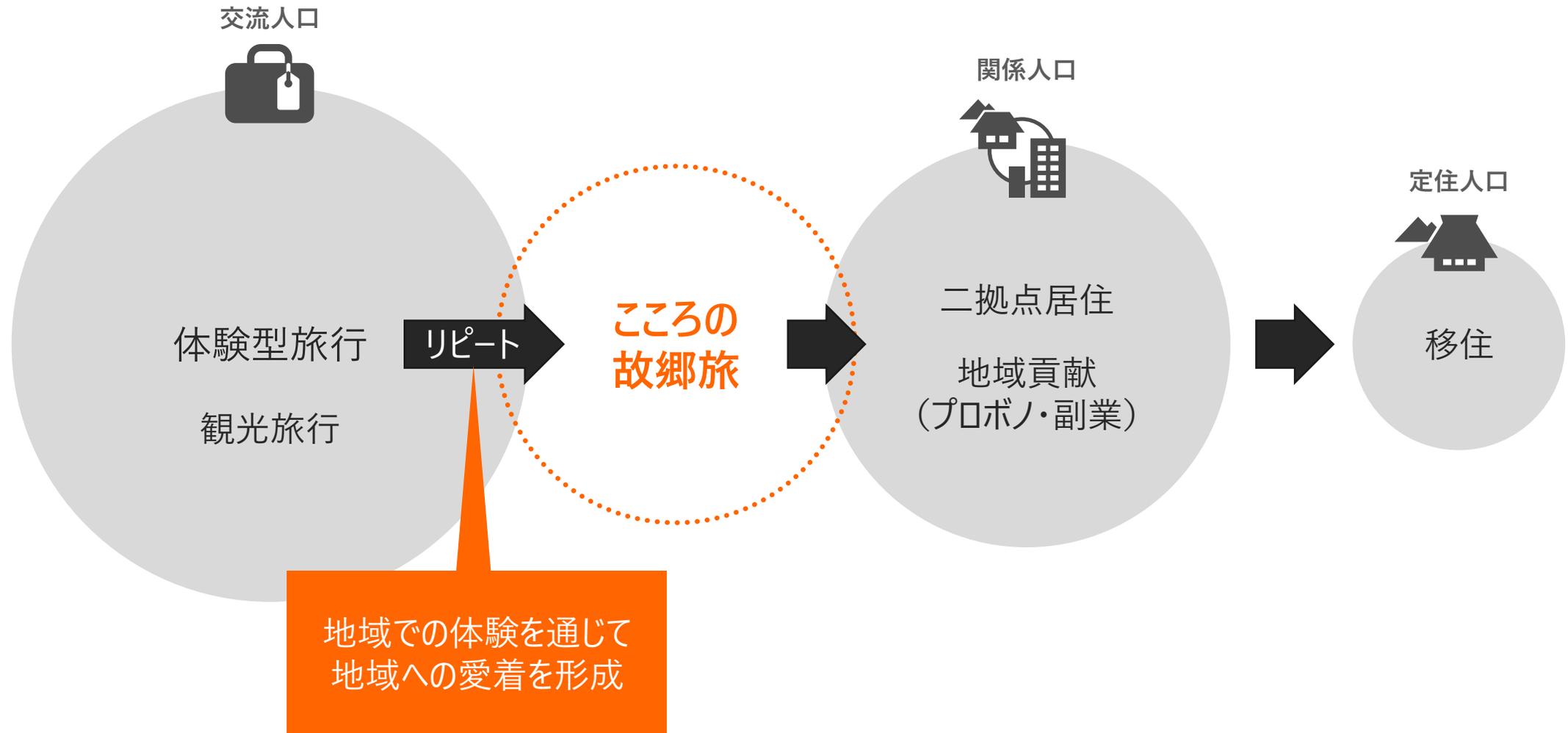
未来に起きる可能性

- ・街への愛着を持つことで、交流者が、ゲストからホストにニーズを変化する可能性
- ・共感型リピート、プロボノ、副業などの増加が期待でき、そこから関係人口、二拠点居住、移住につながる
- ・地域にあったが表出化していない視点や文脈やビジネスが地方の活性化、持続発展につながっていく

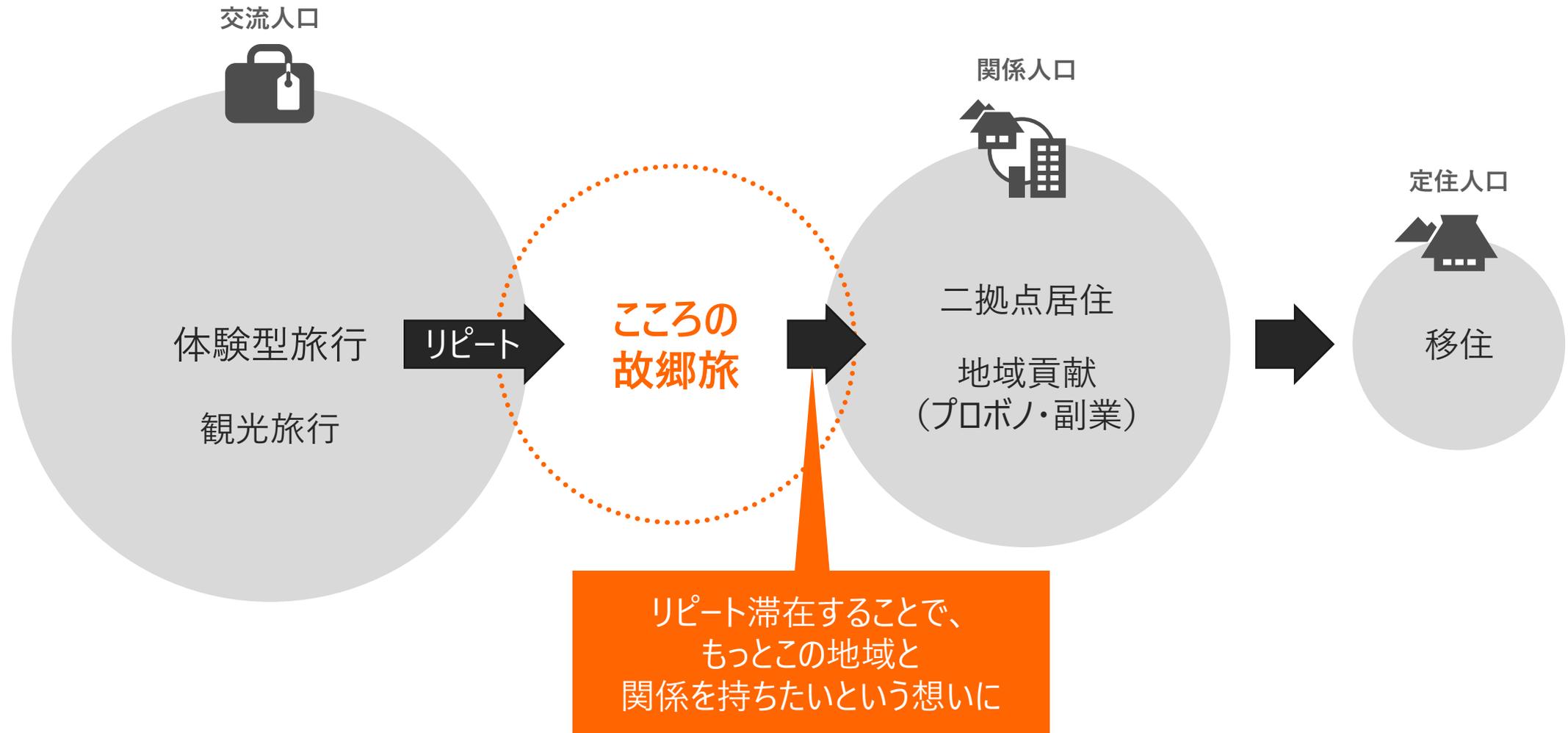
地域への愛着が地方活性の入り口になる



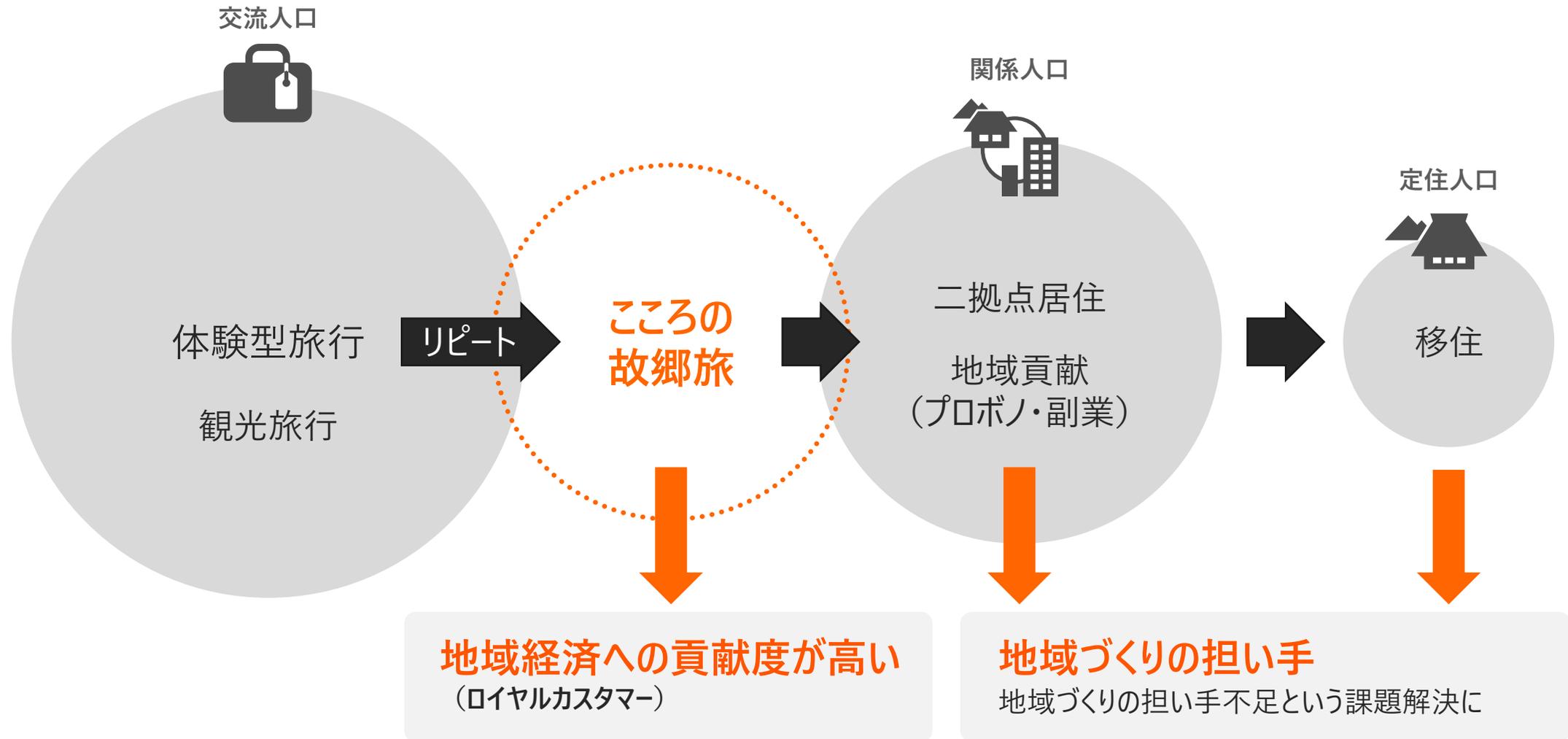
地域への愛着が地方活性の入り口になる



地域への愛着が地方活性の入り口になる



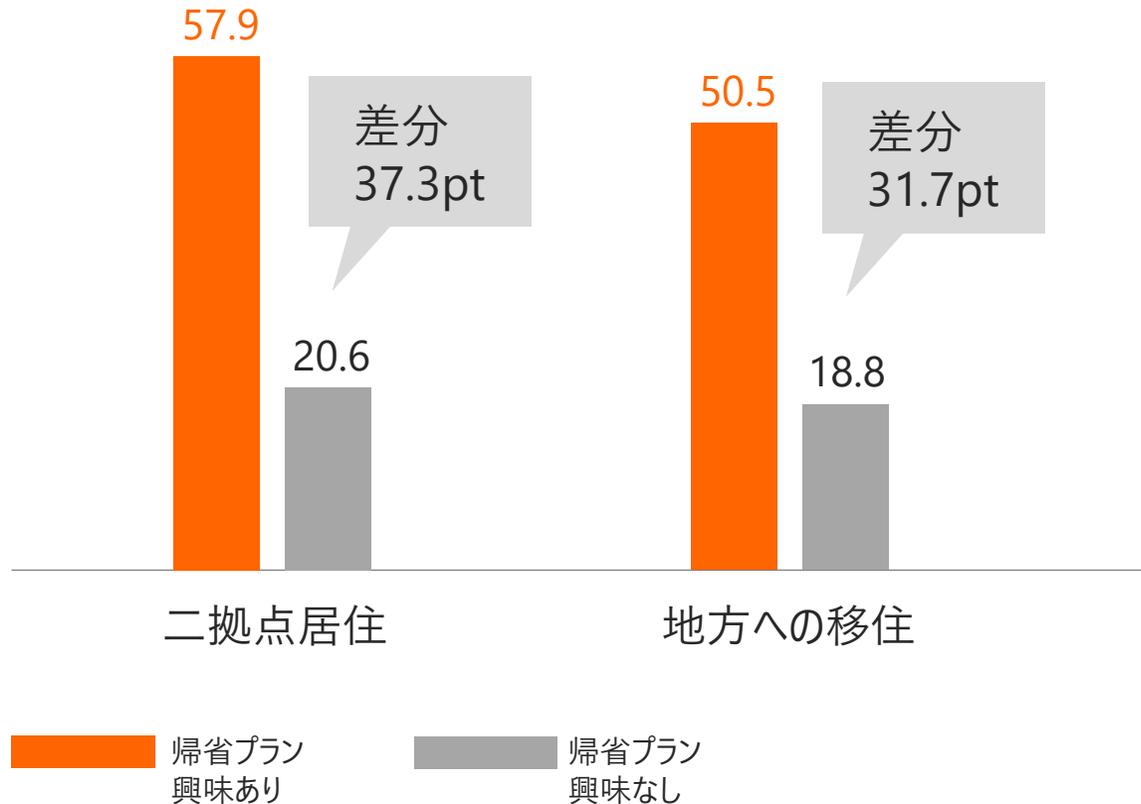
地域への愛着が地方活性の入り口になる



「こころの故郷」に興味がある人を動かすことで、 二拠点居住や地方移住の可能性も広がる

以下の生活スタイルに興味がありますか？

二拠点や地方移住への興味関心があるとの回答の合計（単位％）



二拠点居住や地方移住への
興味関心は
「こころの故郷旅（帰省テーマプラン）
に興味がある層」
のほうが圧倒的に高い

「こころの故郷さがし」実践者を関係人口につなげる為に 宿や地域がやるべきことは？

PLAN

1

「宿」から「街」へ、
「景観を楽しむ旅」から
「地域との交流体験」へ

PLAN

2

生活・産業体験型の
滞在プログラム

PLAN

3

観光地魅力化の
先にある「働き手としての
関係人口」

観光人口→関係人口→地方創生

山口県 長門湯本温泉

観光バスで来て宿泊施設内で
 過ごすだけの温泉地を、歩いて楽しい街に。
 社会実験を通じて関係人口を育む

- ・広域集客力のある星野リゾートを誘致
- ・そぞろ歩きの楽しい温泉街に向け、様々な社会実験イベントを実施。
- ・街に魅力的なお店を増やすために、空き家リノベした事業に融資をする包括協定を地方銀行と締結
- ・温泉街のリノベーションと同時に関係人口を創り地域の人と旅人の交差の場を創る



山口県 長門湯本温泉

観光バスで来て宿泊施設内で
過ごすだけの温泉地を、歩いて楽しい街に。
社会実験を通じて関係人口を育む

山口市から週2～3回、日帰りで
温泉に通う旅行客だったYさん。

子どもの面倒をみてくれたりする
街の人のあたたかさが心地よく、
街のために何かしたいと考えるように。

街づくりの社会実験に出展者として参加し、
関われば関わるほど愛着がわき、誘われてカフェの店長をすることに。
コロナ禍をきっかけに、本格移住を決意。



Yさん (30代女性)
cafe&pottery音 店長

旅行客として街の人と交流する中で
街への愛着がわき、移住。
街の交流拠点である、カフェ店長に

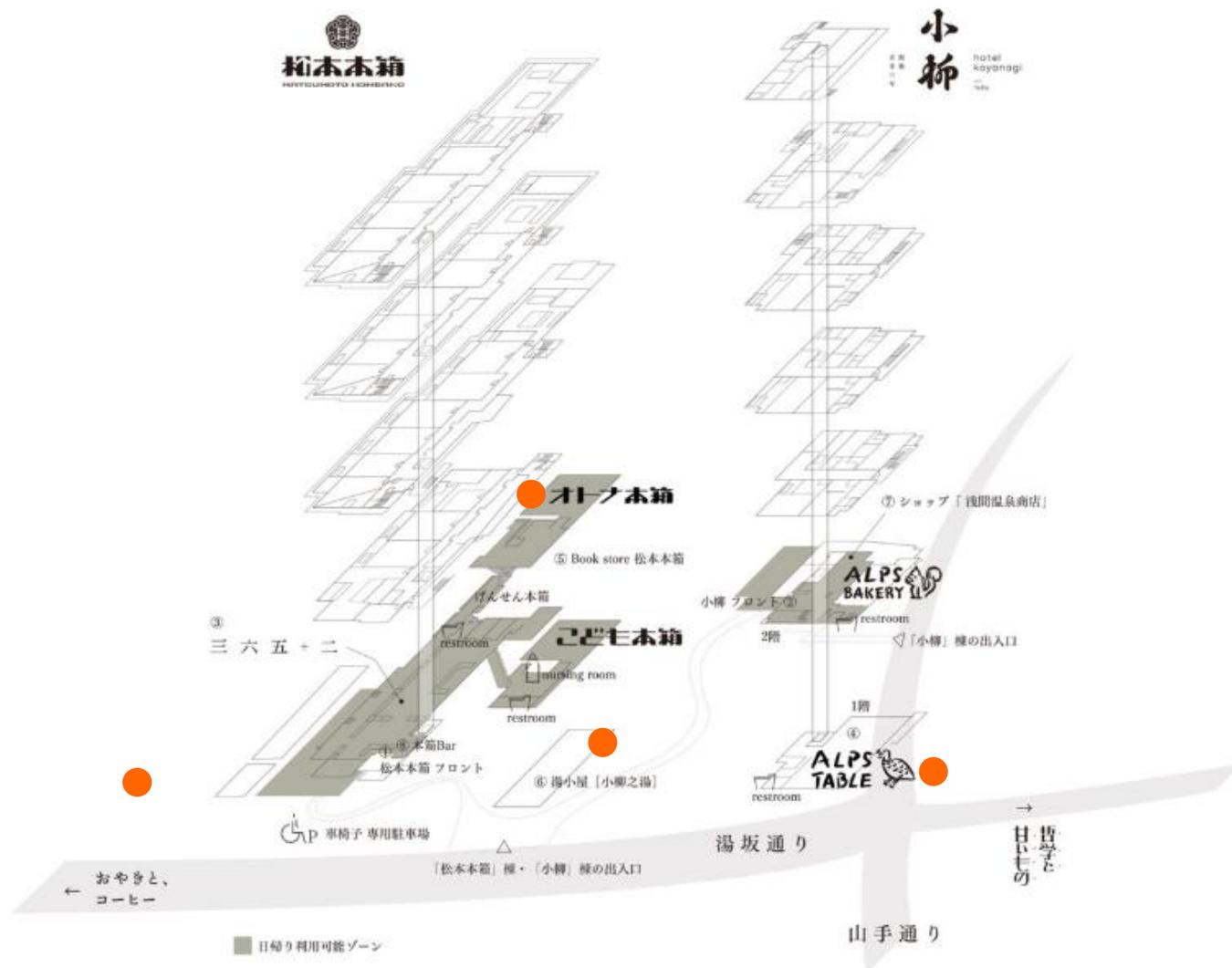


「宿」から「街」へ、「景観を楽しむ旅」から「地域との交流体験」へ

長野県 松本市 松本十帖

地域の日常生活こそが観光資源。
地域への好奇心を高め、再来を促し、
地域全体の観光レベルも徐々にあげていく

- ・「街を人々が回遊すること」をイメージし敷地外に2軒のカフェを設置。
- ・閉じていた旅館を「街に解放」
- ・ブックストアやベーカリー、ショップなどを旅館の敷地内に作り、宿泊客以外にも利用できるように。

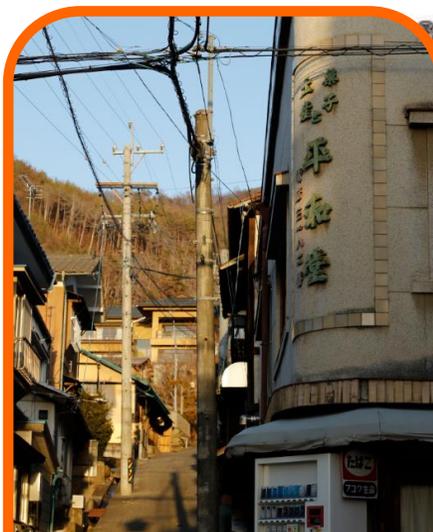


「宿」から「街」へ、「景観を楽しむ旅」から「地域との交流体験」へ

長野県 松本市 松本十帖

地域の日常生活こそが観光資源。
地域への好奇心を高め、再来を促し、
地域全体の観光レベルも徐々に上げていく

- ・「街を人々が回遊すること」をイメージし敷地外に2軒のカフェを設置。
- ・閉じていた旅館を「街に解放」
- ・ブックストアやベーカリー、ショップなどを旅館の敷地内に作り、宿泊客以外にも利用できるように。



湯仲間という地域独自の習慣でチェックインが宿の外、湯仲間用の外湯の2階に。自然と文化を知る仕掛け



湯仲間文化を体験してもらう為の、宿泊者向けの浴場



「宿」から「街」へ、「景観を楽しむ旅」から「地域との交流体験」へ

長野県 松本市 松本十帖

地域の日常生活こそが観光資源。
地域への好奇心を高め、再来を促し、
地域全体の観光レベルも徐々に上げていく

- ・「街を人々が回遊すること」をイメージし敷地外に2軒のカフェを設置。
- ・閉じていた旅館を「街に解放」
- ・ブックストアやベーカリー、ショップなどを旅館の敷地内に作り、宿泊客以外にも利用できるように。



地域食材を活用した高価だけど
美味しい食事。街の他店の
食レベル・空間レベルを上げていき、
食で再来したい気持ちを醸成させる



松本に関する本が目にとまり、
読んでついつい松本が好きになる

2 生活・産業体験型の滞在プログラム

広島県 大崎上島町

「**修学旅行**」で地域の魅力を
知る機会を創り、**地域留学**を経て
関係人口候補に

- ①地域の産業体験型／民泊の修学旅行誘致
（まるごと島体験）
訪問した中学生が地域の魅力を実感
- ②高校生活3年間をその街で過ごす
（地域みらい留学）
- ③卒業後も関わり続けたい気持ちが生まれる

中学生
対象

まるごと島体験(受け入れの概要)

プログラム

海の体験

島と言えば海！瀬戸内海の島ならではのいろいろな船体験を味わえます。

1. 権伝馬
2. 商船学校練習船「広島丸」

漁業体験

豊かな湖に囲まれた大崎上島は、海の恵みの宝庫です。

3. 刺網
4. 養殖作業
5. 船釣り
6. 養殖見学・貝掘り
7. 釣り（大串海岸にて）
8. 釣り（マリンパークおおさきにて）

農業体験

柑橘類の種類の大里味のよさは、温暖な瀬戸内海の島ならでは！

9. みかん農家
10. ブルーベリー農家
11. トマト農家
12. イチゴ農家
13. しいたけ農家
14. きゅうり農家
15. 野菜栽培
16. 里山保全

高校生
対象



越えて、行こう。
地域みらい留学

2 生活・産業体験型の滞在プログラム

広島県 大崎上島町

「修学旅行」で地域の魅力を知る機会を創り、地域留学を経て関係人口候補に

中学校の修学旅行で訪れた際に、自然の魅力はもちろん島の人のあたたかさに感動したSさん。都道府県の枠を超えて地域の高校に入学する「地域みらい留学」という制度の存在を知ると、親に反対されても「行きたい!」と島の高校に進学。卒業して大阪にもどってきた今でも、修学旅行で民泊した際にお世話になったご夫婦との交流や母校へのOB活動など島との関わりを続ける



Sさん (20歳)

大阪市在住 大学生
(広島県立 大崎海星高校 卒業生)

中学の修学旅行で訪れた島に感動。
島の高校に進学し、いまでも
第二のふるさとして交流をもつ

3 観光地魅力化の先にある「働き手としての関係人口」

熊本県 上天草

古さを感じる「イルカ見学船」の
観光地を13年かけて、
九州有数のリゾート地に進化。
全国からこの地で働きたい人が集まる

BEFORE



AFTER

- ・船着き場を飲食・物販・ボルダリング施設にリノベーション
- ・観光特急列車A列車（高級感溢れるBAR付き専用車）を新幹線・船と時刻をあわせて、交通アクセスの改善
- ・1泊2食の老舗旅館中心の宿泊施設に洗練されたゲストハウスグランピング施設などを新設し、バリエーションを増強に

3 観光地魅力化の先にある「働き手としての関係人口」

熊本県 上天草

古さを感じる「イルカ見学船」の
観光地を13年かけて、
九州有数のリゾート地に進化。
全国からこの地で働きたい人が集まる

コロナ禍において仕事を通じた地域との関わり方を見直したいと感じるように。

ビジネスと地方創生の両立に成功している
上天草の街づくりに感銘を受け、転職を決意。
今は夫の住む福岡と職場の上天草の二拠点生活をしながら、
社長の右腕として、街づくりの中長期計画に関わる充実した日々。

この地の開発を進めてきた（株）シークルーズの社長は、
「地方企業の課題は経営人材の不足。経営者一人VS 従業員という構造が多い。
経営を一緒に考え、動いてくれる転職者が来てくれたことはとても嬉しく
うちの会社はもとより、地域の持続発展性にもすごくありがたいこと」と語る。



Mさん (29歳女性)
(株)シークルーズ 社長室長

上天草の取り組みに共感し、
福岡の地方銀行から転職

関係人口が獲得できてきた後に、
本格的な地方創生に結び付けるには？

PLAN

4

関係人口が
地域を支援する
仕組みづくり

観光人口→関係人口→地方創生

4 関係人口が地域を支援する仕組みづくり

島根県 海士町

町長/課長/影響力ある移住者だけが、
主導する街づくりから、
若手島民のオーナーシップ型の街づくりに転換中

- ・地方創生の先駆者的存在、U・ターン者を積極的に受け入れ
- ・2015年ごろは一部の移住者や町長や役場の課長などに過度な負担が集中
- ・持続可能な交流力を高めるため世代交代のための取り組みを開始。
- ・住民や役場職員の若手有志が主体となる「明日の海士をつくる会」を設置。
- ・町外の経営者やビジネスリーダーと住民とのワークショップを開催。
- ・地域住民や若手の主体性を引き出し、地元リーダーや町外の経営者たちが支える形に



4 関係人口が地域を支援する仕組みづくり



阿部さん
海士町の「風と土と」社長

町外の手を借りて、
出版事業立ち上げ

原田さんの島への関与
をロックオン



出版事業ノウハウ&
経営視点を提供



原田さん
英治出版 社長

親子島留学で
約1年半移住

- ・「海士町から持続可能な社会モデルをつくり広げる」という想いで、地域づくりや研修を行う会社を運営
- ・町外の人とのワークショップなどを通し、自身がバーンアウト&会社の運営に無理があることに気づく
- ・本当にやりたいことを見直す中で、原田さんと、海士町の「ないものはない」という考え方を外部に伝えようと出版事業を立ち上げる

- ・上記のワークショップで海士町を訪れ、インスピレーションを感じ、1年半の移住を決める。
- ・移住中は、海士町に住む阿部さんと、出版事業を立ち上げ&運営
- ・経営者視点で役場職員や住民にアドバイスする
- ・町を離れた今も、町の人材育成に携わる
- ・移住後、地域の関係を大切にするなど、元々の人間関係を丁寧に築くようになったと感じている

5 リクルートが協力している取り組み

co-cree! 「コクリ! プロジェクト」

背景

- ・コ・クリエーション（共創）プロセスを使って
地域や社会に大転換を起こそうとする
研究コミュニティ。
- ・予想だにしない未来を今ここから創り、
100年後に「歴史が変わった」と言われるような
社会実験を次々に立ち上げて、
長期的・全体的に
地域・社会システム変容を起こそうとしている



旅をきっかけに、関係人口にステップアップするために、なにが大切か？

STEP 1

行ってみたいにつながる
視覚・体験・味覚のデザイン

視覚 デザイン	美しい景観
体験 デザイン	洗練された宿
味覚 デザイン	その地ならではの食 美味しい飲食店

STEP 2

また来たいにつながる
偶発性のデザイン

地元人の交流 デザイン	食事の場等で 地元の人と自然に会話
地域への関心 デザイン	街歩き先の 店舗での会話
	地域の文化や食への 好奇心を醸成する設え
	地域の産業や課題に 触れる体験

STEP 3

関係を持ち続けるための
機会のデザイン

役割の デザイン	次来的时候に〇〇さんの ところへぜひ
	次はぜひ〇〇を やってほしい
共感の デザイン	相互に「ありがとう」 感謝の応酬
	金銭交換型から こころの交流型に

コロナ禍で生まれたニーズ



異日常を
味わいたい

心のゆとりが
ほしい



あたたかい
人々との
ふれあい

癒される
時間

自分の
興味に合った
「本質的な
価値」

一度芽生えたこういった気持ちはコロナ禍以降も続く



異日常は、地域との関係人口づくりにつながる



地域文化に根ざした深い体験

地域の文化遺産（歴史・愛着・誇り）を磨き込み、プログラム化し
的確なガイドと共に提供できる体制を構築する



「こころの故郷さがし」の兆しを、皆さんで育てていきませんか

この兆しは、訪れる人、迎える地域、関わる企業が幸せになれる

「こころの故郷さがし」ニーズから、新しい観光市場が生まれ、その市場は、三方よしの地方創生となる可能性を秘めている。

