

第3期未来創造塾 (B班)

令和7年11月14日

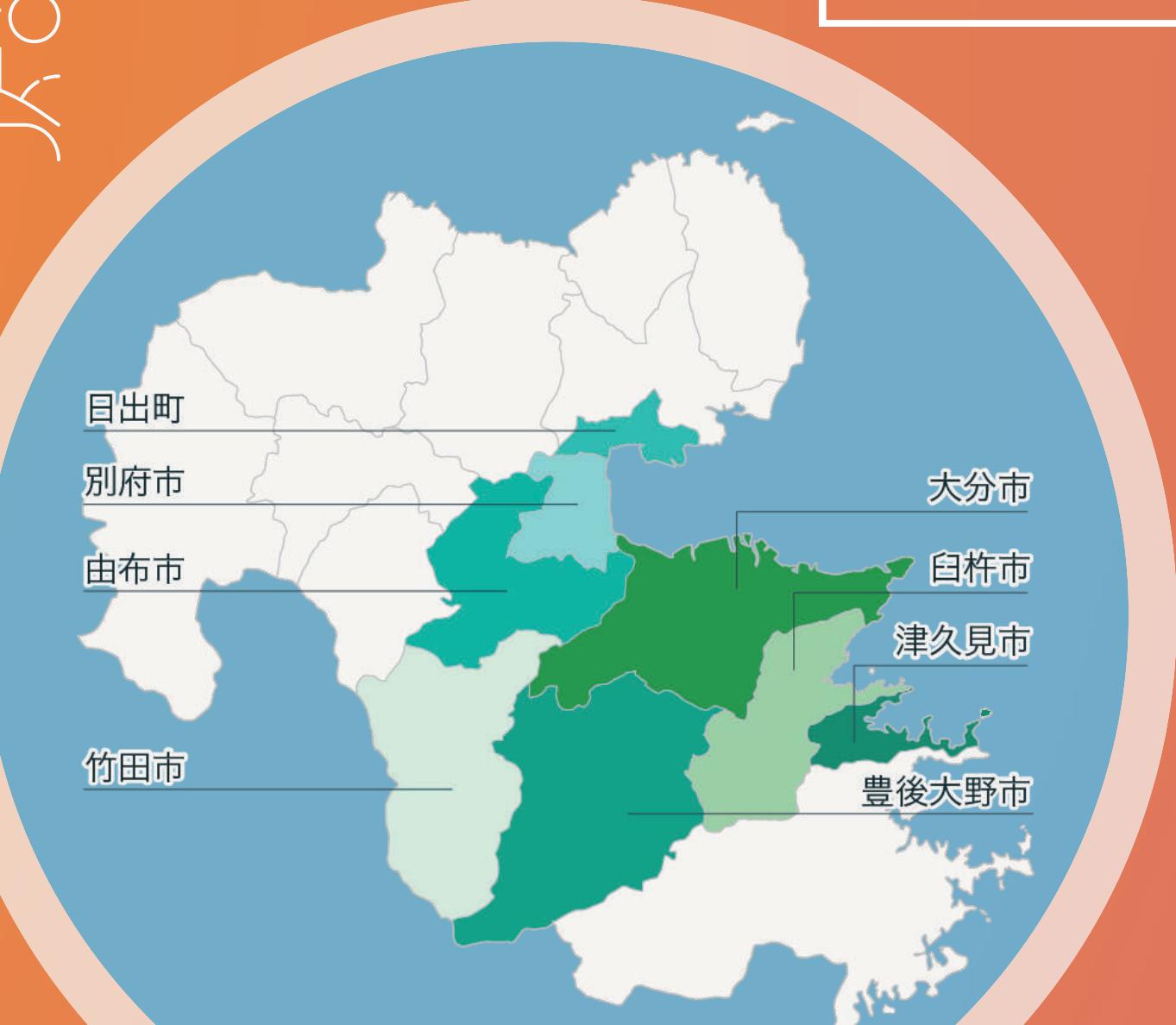
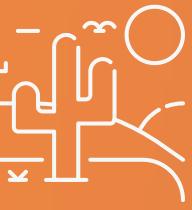
TEAM NOCTAS!



New
Creative

Solution
Oita

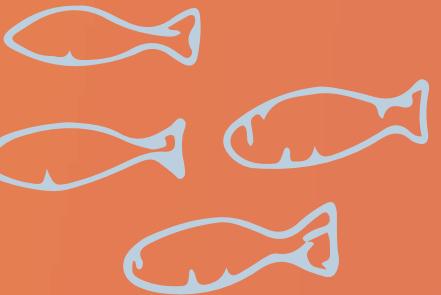
新しい
創造的な
政策提案を!



政策立案 発表資料



現状分析 【困難に直面している人】に向けた政策立案を



バッドエンド

中心課題

地域が消滅する

地域が衰退する



テーマ1：
地域の魅力発信



テーマ2：
子育て支援の充実

定住・関係人口が減少

出生数の減少

愛着・関心がない

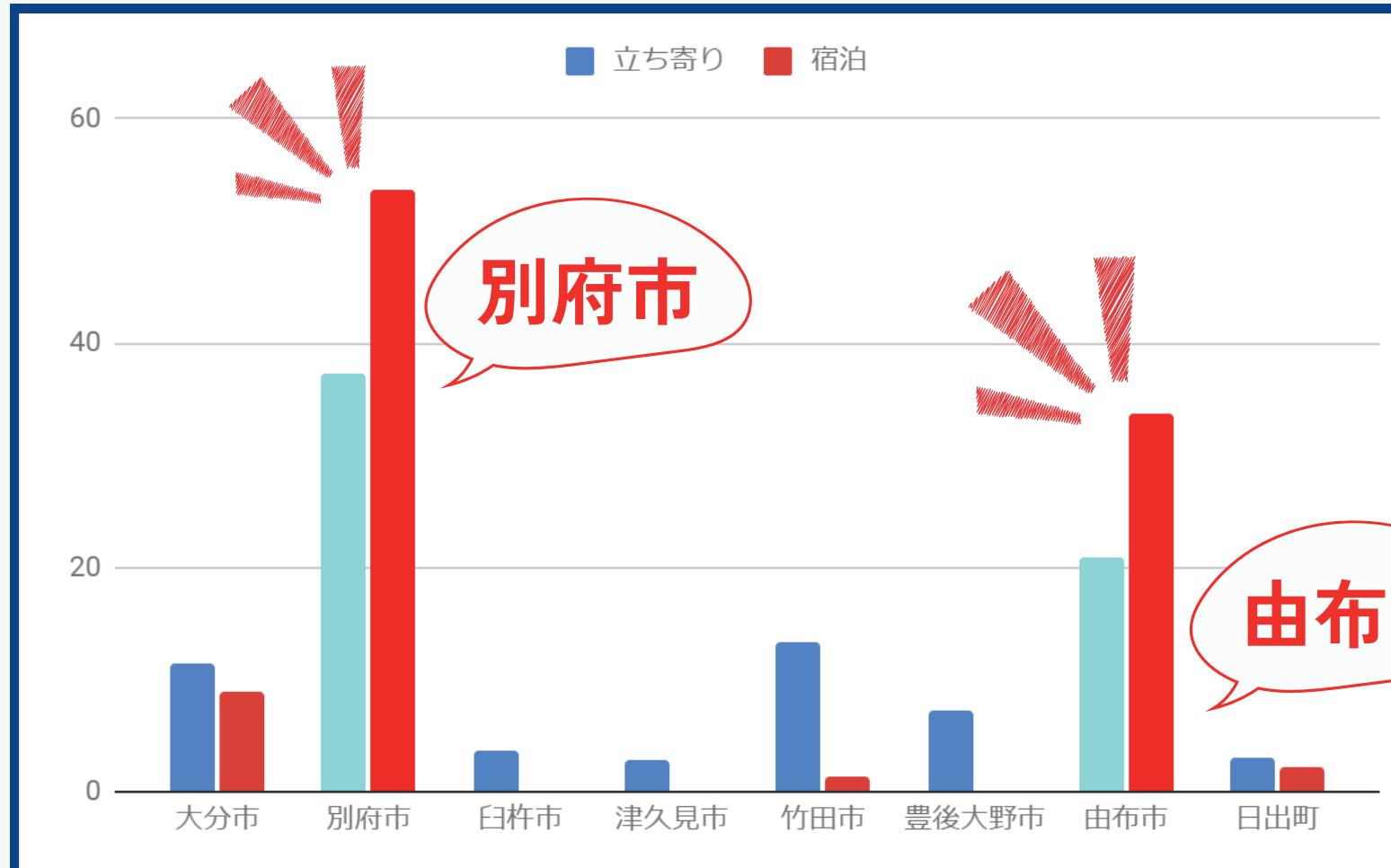
子育てが不安

▶ 地域の魅力が
知られていない

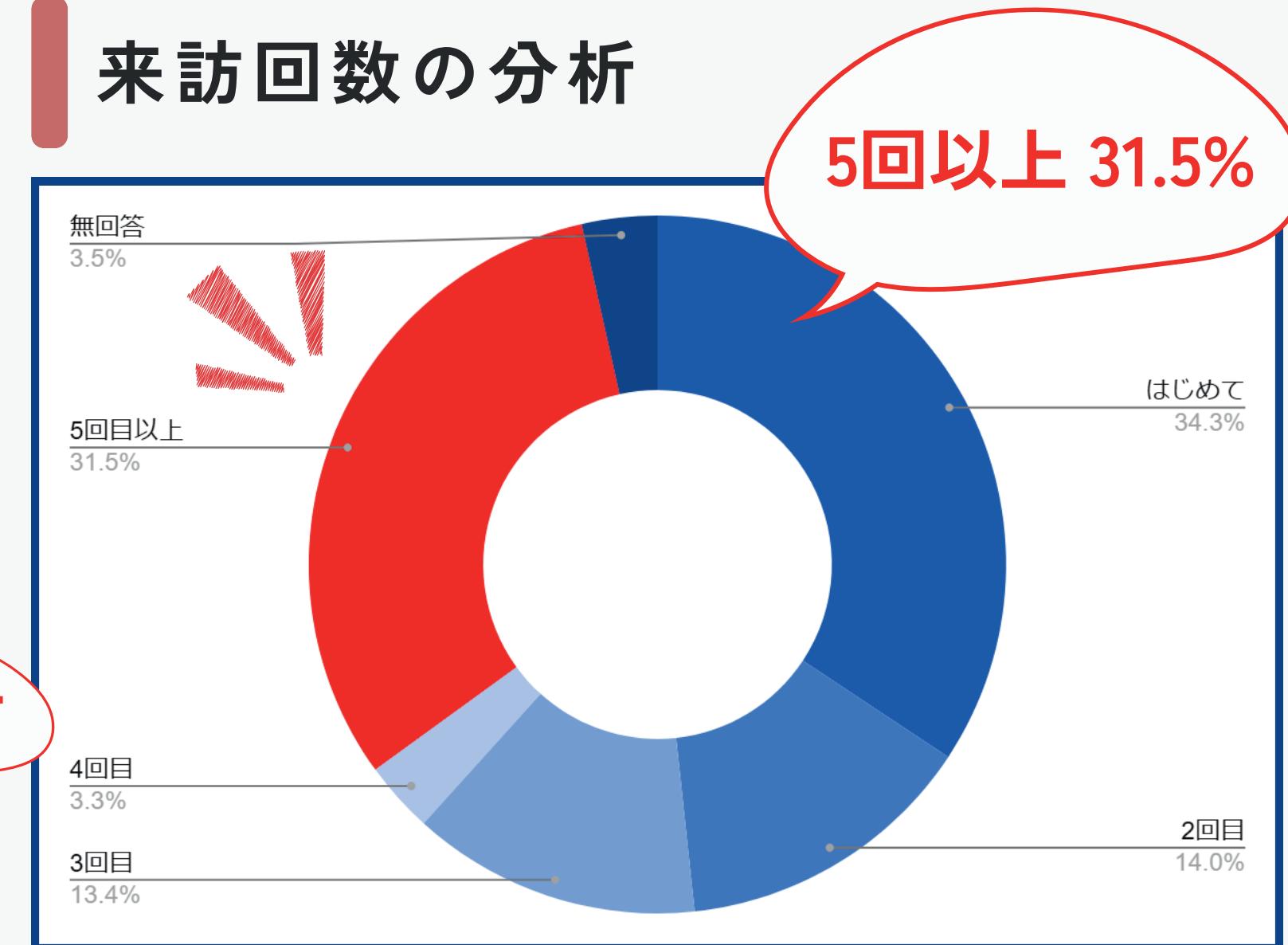
▶ 支援が不十分

テーマ1：分析（現状）

来訪者の一極集中が目立ち、
リピーターは非常に多い。

都市圏における
来訪者の立ち寄り／宿泊者の状況

来訪回数の分析



出典：RESAS地域経済分析システム、大分県「大分県観光実態調査」

分析
1

テーマ1：分析（仮説）

行ってみたい都道府県：36位

行って良かった都道府県：1位

一度来てもらえた後、継続的に
来てもらえるポテンシャルを秘めているのではないか...

出典：地域ブランド調査2022調査概要



加えて

分析
2

イベントや体験への興味：圏外

食や特産品への興味：圏外

来県者へのアプローチが弱いのではないか
まだ見ぬ地域資源が眠っているのではないか...

出典：じゃらん宿泊旅行調査2023

検討していきたいこと

圏域外の住民と地域住民との持続的な関係性を構築するため、

- ・ 圏域の地域資源（伝統・食文化など）
を伝える体験プランを策定し、
新たな人の流れをつくる。
- ・ 地域住民による継続的に訪れてもらうための受入体制を整備。

* 地域住民が圏域の魅力を伝える

▶ 関係人口と地域住民の協働による地域の活性化

先進事例：西九州させぼ広域都市圏 広域圏センター創出事業

佐世保市役所 若者活躍・未来づくり課



キーマン(地元住民)を中心にプランを構築

概要

- コロナ禍で増加したテレワーカーをターゲットにワーケーションプランを実施。
- 観光コンベンション協会に委託し、キーマンとなる地元住民を中心にプランを構築。
- 参加者の将来的な移住・定住に繋がる関係人口の創出を目的としている。

成果

- 集客は芳しくなかったが、“ヒト”との交流については参加者の満足度が高かった。
- 市外参加者との関係構築はできておらず移住に繋げることができなかつたが、市内参加者については他イベントへの関係継続あり。

課題

- スケジュールが固定されていたことや、参加費用が高額だったので、テレワーカーの需要にマッチしていなかったため、ニーズに沿ったプラン構築ができなかつた。
- 商品化に繋がらず単発での販売となってしまった。



“YOKA workation”
リーフレット

ペルソナ：昔と比べて地元の活気がないのでなんとかしたい。

属性情報



名前：安東 誠司

年齢：67歳

出身：大分県竹田市

家族構成：妻(大分市在住)

子3人／犬(モカ♀3歳)

性格：社交的／温和／実直

地元愛が強い／お節介

趣味：散歩／ゴルフ／神楽
(やりがいのある趣味を模索中)

経歴

竹田中学校 → 竹田高校(普通科) → 福岡大学(商学部商学科)

→ 株式会社九電工(大分に配属、営業職45年勤務)

→ 退職を機に竹田市の実家に引越 → 大分市との二拠点生活をしながら年金生活

現在の悩み／想定されるバッドエンド

伝統文化が好きで、幼少から地元で神楽を習っていた経験がある。

退職後は地元に貢献したいと考え、社会活動への参画に意欲があったものの、

昔と比べて地元の活気がないのでなんとかしたいが、どうすべきかわからない。

現在は竹田市の神楽会にも顔を出しているが、

神楽の担い手が高齢化しており、竹田神楽が衰退してしまうことに悩んでいる。

行政への相談／満足度

市役所に上記のことを相談したが、イベントを紹介されるのみだった。

地域のつながりを生むための糸口は見つけられなかった。

提案施策名：おおいた"どこまでん人がつながる"ツーリズム

年間スケジュール

食

自然

文化

：体験を発掘して独自に集約し、受入体制を整備。

10～12月

1～3月

4～6月

7～9月

スケジュール プラン



ステンドグラスづくり



イルカ触れ合い



煎餅づくり



フットパス



みかん狩り



勾玉づくり



神楽体験



梨狩り



竹工芸体験



味噌づくり



瞑想体験



サウナ体験

▶ 体験／キーマンを発掘し、独自集約した情報をデータベース化する

提案施策名：おおいた"どこまでん人がつながる"ツーリズム



食の体験（地元婦人会など）

- ・大分ならではの食に触れる機会を
食体験や果物狩り等



自然の体験（里山ガイドなど）

- ・自然豊かな大分を堪能できるプラン
山岳トレッキングや里山フットパス等



伝統文化の体験（地元の団体など）

- ・伝統芸能や工芸品などの古くから伝わる
地域文化の伝統体験ができるプラン

* 地域住民が圏域の魅力を伝える

| エリアから探す ジャンルで探す

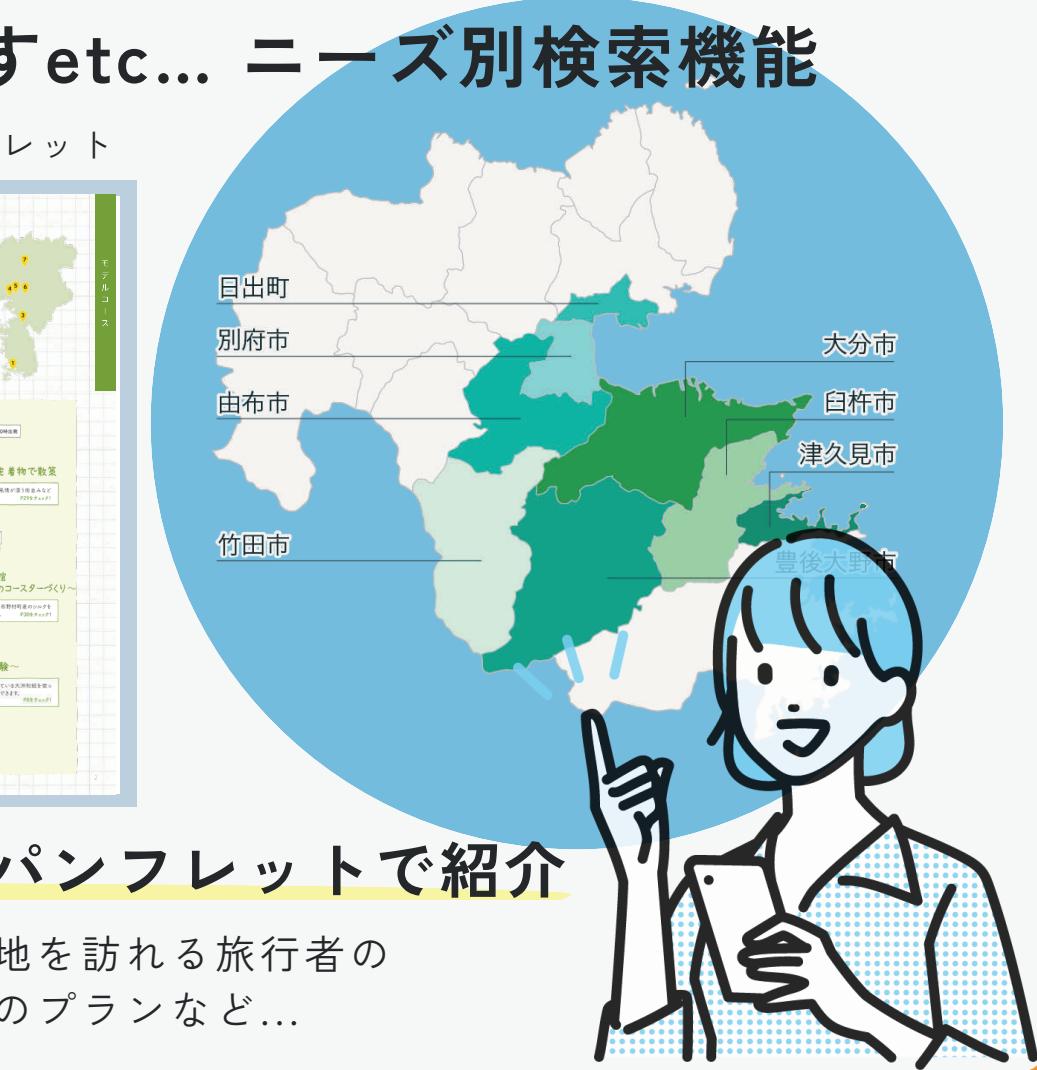
| バリアフリーで探す etc... ニーズ別検索機能

出典：南予いやし体験プログラムPRパンフレット



| 想定するプランをHPやパンフレットで紹介

別府や湯布院といった主要な観光地を訪れる旅行者の
スキマ時間に寄り道できる短時間のプランなど...



"地元の魅力を発信したいキーマン"と"まだ見ぬ魅力を見つめたい観光客"を結ぶ

提案施策名：おおいた"どこまでん人がつながる"ツーリズム

キーマンの募集

- ・地域のコネクションや市民向け広報誌等で募集

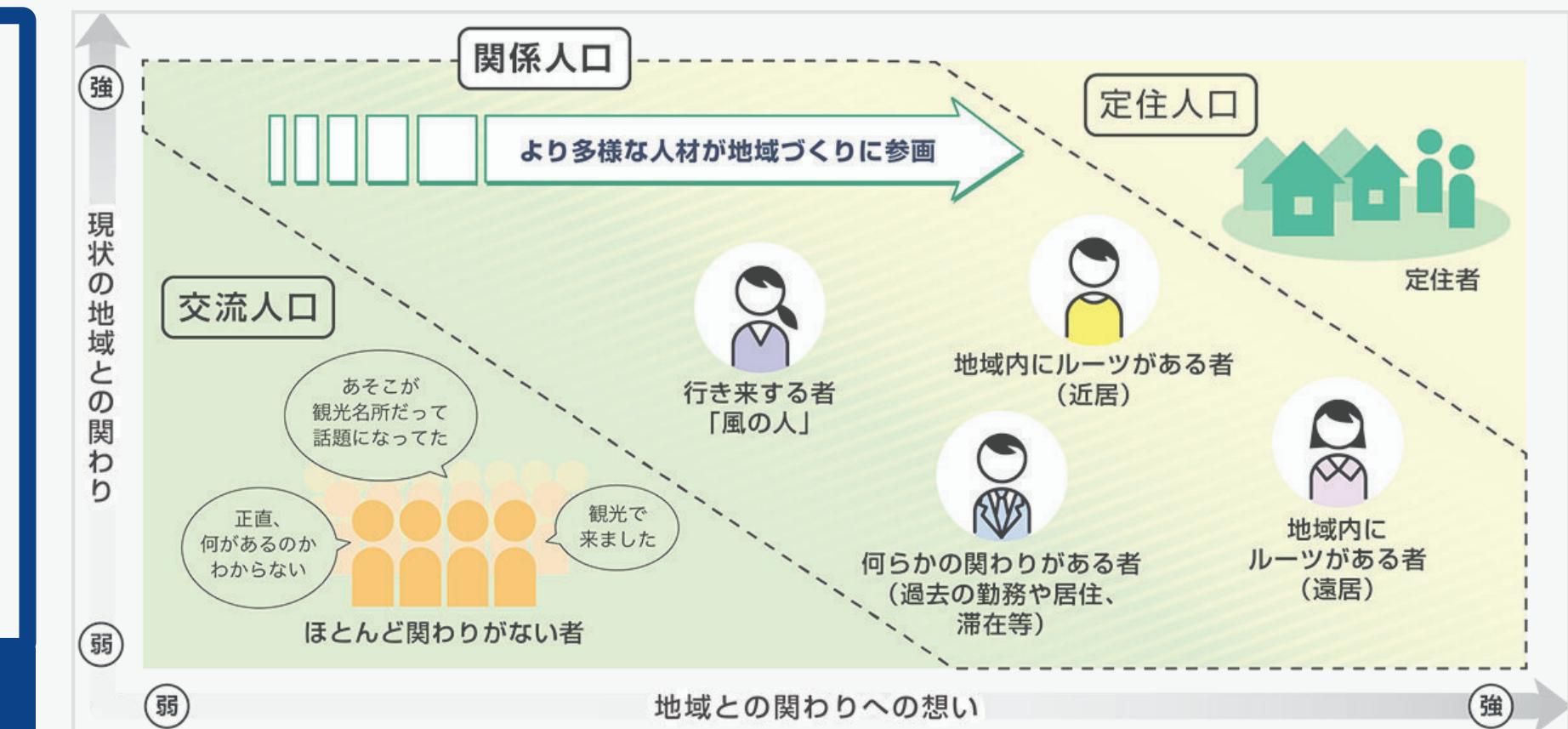
キーマンと打ち合わせ・プラン設定

- ・期間の確認・料金設定・催行人数などの情報の集約

チラシ・ポスター・HPなどで告知開始

- ・全国各地の交通機関や観光協会で告知

* 地域住民が圏域の魅力を伝える



出典：総務省 地域力創造グループ

▶ 地域の魅力を発掘×集約×発信！交流人口／関係人口／定住人口へ

重要業績評価指標 KPI

5か年で交流人口比関係人口率35%以上を目指し(R4 : 29.6%)、地域活性化に寄与する。

※大分県「大分県観光実態調査」及び「関係人口の意識調査」で確認

目標達成指標 KGI

プラン満足度80%(アンケート調査)、専用サイト閲覧数40万PVを目標とする。

※プラン利用者に対しアンケートを実施

※県外向け情報発信ウェブサイトは60万PV（県地域再生計画より）