

2025.4～2026.3
協力隊活動報告

サテライトオフィス誘致事業
長谷川 愛奈

年間活動内容

- ①Co-Sato
- ②サテライトオフィス誘致事業
- ③SHUSHU
- ④デザイン制作



①Co-Sato

※起業型地域おこし協力隊として、主にCo-Satoの管理人業務をしながらファミリー層の受け入れを担当。受け入れる宿側を担当し、サテライトオフィス誘致事業の他2人と連携します。

Co-Satoは、自然体験や交流を楽しめる、子連れ家族向けの会員制宿泊施設です。同世代の子育て家族が、3日間同じ屋根の下で生活を共にします。一緒に暮らすのは地元に住む管理人とちょっと年上の学生スタッフ。自然、地域の人、違う家族との出会いを通し、辰野町がただの「観光先」ではなく「第二のふるさと」に変わっていきます。

Co-Sato【受け入れ業務】

受け入れ中のスケジュール例 季節にあわせてオーダーメイドでスケジュールを作成

- 備品管理
- 滞在前案内
- スケジュール作成
- 掃除、ベッドメイキング
- アテンド
- 写真・動画撮影
- 滞在後処理

	【DAY1】	【DAY2】	【DAY3】
～14:00	受け入れ準備・掃除	7:00～ 朝ごはん	7:00～朝ごはん
15:00～	家族さん到着	9:00～ 近くの畑で農作業	9:00～ヤギにエサやり体験
17:00～	温泉&夜ごはん	12:00～ お昼ごはん	12:00～お昼ごはん
21:00～	子どもたち就寝	13:00～ 川あそび	14:00～解散
22:00～	夜会	16:00～ BBQ	掃除・片付け、滞在後処理
		18:00～ 温泉	
		20:00～ 子どもたち就寝	
		21:00～ 夜会	

初めましての複数家族と一緒に滞在するため、事前にLINEグループを作成し自己紹介や体験できることを案内。滞在に関する質問にも対応。その季節ならではの体験や、家族さんのやりたいことを聞き、オーダーメイドでスケジュールを作成。思いっきり滞在を楽しんでもらえるように、子連れ旅行で大変な、体験を探したりスケジュールを組んだりする手間を削減。

辰野町を起点に、観光とは違う家族旅行の思い出をつくる裏方を担当。

Co-Sato【拠点開発】

辰野町の人から教わる
体験の企画・提供

Co-Satoに来てくれた家族さんと一緒に体験できる体験を開拓。地元の人に教わる「よもぎもち」「お餅つき」「味噌づくり」等実地しました。



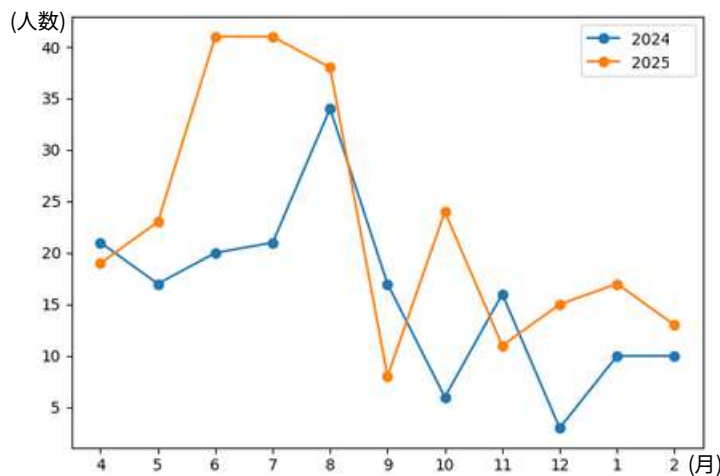
合鴨農法で
お米づくりに挑戦

お米がどうやってできているのか？裸足で泥だらけになって遊ぶ、稲や合鴨の成長を子どもたちと追いつながら、新米を食べるといふ一連の経験をつくることができました。



Co-Sato【宿泊実績とSNS運用の成果】

▼宿泊実績(前年比)



指標	前年度	今年度	増加数	増加率
宿泊家族数	55家族	66家族	+11	+20%
宿泊人数	213人	250人	+37	+17.4%
新規家族	30家族	32家族	+2	+6.7%
リピーター家族	10家族	13家族	+3	+30%

▼リピーター率(前年比)

最大リピート数	6回	7回	+1
平均リピート回数	3.2回	約3回	-0.2
リピーター家族	10	13	+3

2025年度の宿泊実績は、宿泊人数250人となり、前年度213人と比較して37人増加(+17.4%)した。

宿泊家族数も55家族から66家族へと11家族増加(+20%)。約7.5割が関東在住、次いで愛知県の子連れ家族が利用している。

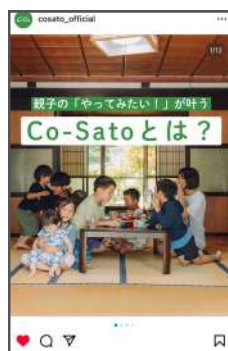
内訳を見ると、新規家族は30家族から32家族へと2家族の増加であった一方、リピーター家族は10家族から13家族へと3家族増加(+30%)しており、継続的に辰野町を訪れる家族が増えていることが分かる。また、年間の最大リピート数は前年度の6回から7回へと増加した。

平均リピート回数は約3回となっており、観光目的の単発利用ではなく、同じ家族が複数回訪れる利用形態が生まれている。

これらの結果から、Co-Satoは都市部の子育て家族にとって、辰野町を「行きつけの田舎」として訪れる拠点になりつつあると考えられる。

▼Co-Sato公式Instagram運用結果

指標	運用開始	1年後	増加	増加率
フォロワー	1345	1787	+442	+32.8%



- アカウント全体のデザイン
- 投稿ネタのリサーチ
- 投稿スケジュール作成
- 投稿構成作成
- 投稿作成
- 投稿
- コメント返し

リール&フィード投稿：57投稿
他、ストーリー投稿

2024年11月からはInstagramの運用を強化。2024年11月から2025年11月までの1年間で57投稿を行い、フォロワー数は1345人から1787人へと442人増加(+32.8%)している。投稿では、Co-Satoでの宿泊の流れや滞在の様子、辰野町での過ごし方など、実際の滞在イメージが伝わる内容を中心に発信した。また、インスタグラマーに宿泊してもらい、滞在体験をリール投稿として発信してもらい取り組みも行った。

宿泊のきっかけとしては、これまで知人紹介やコミュニティ内の口コミが中心であったが、2025年の新規宿泊家族のCo-Satoを知ったきっかけは、「Instagramを見て知った」「Instagram広告で知った」という声も増えておりSNSが新たな来訪の入口として機能し始めている。

▼Co-Sato Airbnb利用者

前年度

宿泊数	73人
外国人観光客	32人

今年度

宿泊数	56人
外国人観光客	32人

主に、週末や連休はCo-Sato宿泊のため平日や閑散期にのみAirbnbを解放。そのため、Airbnb利用者数は73人から56人へ減少したが、外国人宿泊者数は32人で前年と同数で推移している。その結果、外国人宿泊者の割合は43.8%から57.1%へと約13%増加している。

特に多かった国籍はなく、1泊のみの利用が大半。東京～京都への移動中、奈良井宿や岐阜方面への外国人観光客が多く見られた。

中には数ヶ月の日本旅中、長野の日常に近い田舎暮らしを求めてフランスのイラストレーター女性が1週間滞在した。

Co-Satoの利用者の多くは都市部に住む子育て世帯であり、リモートワーク可能な働き方をしている家族も多い。

宿泊者には町内のサテライトオフィスやワーケーションに関する資料を宿に設置して紹介しているほか、地域おこし協力隊としての活動や辰野町での暮らし・働き方について直接話す機会も設けている。

こうした関係人口の創出は、将来的なワーケーション利用やサテライトオフィス誘致につながる可能性を持つ取り組みである。

サテライトオフィス誘致事業



- アカウント全体のデザイン
- フォーマット作成
- リール制作添削

Instagram「たつのでたち」は、辰野町での働き方や暮らし方を発信し、地域に関心を持つ人の来訪や関係人口の創出につなげることを目的とした情報発信アカウントである。本アカウントは、サテライトオフィス誘致担当の地域おこし協力隊3名と鈴木隊員の計4名で運営。辰野町のサテライトオフィスは、大企業の拠点よりも、クリエイターやデザイナー、フリーランス、リモートワーカーなど、自ら仕事やプロジェクトを生み出す個人や小規模チームとの相性が良いと考えている。これは、1年目に多くの来訪者のアテンドや地域案内を行う中で、実感としてサテライトオフィス誘致事業の3人で共有しまとめたターゲット像である。既存の情報発信として、企業研修や合宿の受け入れ情報をまとめた「たつのワークトリップ」は存在するが、個人のクリエイターやフリーランスなどのターゲット層へ直接アプローチする手段は十分ではなかった。そのため、地域の暮らしや働き方のリアルな様子を伝え、辰野町を知る入口としてInstagramを活用し、本アカウントの運用を開始した。



▲たつのでたちが、辰野町を知り、実際に訪れてみる入り口へ。

指標	数値
総閲覧数 (90日)	11,659
リーチアカウント	2,605
フォロワー外閲覧	66.3%

▲フォロワー外66%→新規ユーザーに着実に届いている

SHUSHU



全体総括を担当

- 企画書作成
- 各所へ報連相
- 企画
- デザイン
- 取材
- 撮影
- 執筆
- 入稿
- 事務書類作成

などなど。

辰野町地域おこし協力隊が半年に1回配布する、辰野町のための冊子「SHUSHU」の企画・デザイン、引き続き全体総括をしました。vol.3では協力隊と住民の日記をまとめました。vol.4では内容を一新。協力隊の活動報告をしながらまちの見え方がいつもとちょっと変わるヒントになる、辰野町への愛着がちょっと深まる、そんな冊子を目指しています。

また冊子の発行と合わせ、協力隊と合せて話せる場「SHUSHU DAY!」を設けています。情報を届ける一方通行ではなく双方気軽に集まり、話す時間を今後も設けたいと思っています。

デザイン制作



ワクワクから生まれる小商いに挑戦する「小商いやッテミレバ! スタンド」では、卒業生としてフライヤーやポスターを制作。横川の蛇石祭りでも、フライヤーを制作しました。