

## 目次

### 1：ミッションと背景

- 1-1. 私のミッションについて
- 1-2. サテライトオフィス誘致事業について
- 1-3. 受け入れ側担当：Co-Satoとは

### 2：Co-Sato 受け入れ業務

- 2-1. 受け入れの仕事内容
- 2-2. オーダーメイド滞在の設計

### 3：Co-Sato 拠点・体験開発

- 3-1. 施設整備・DIY（1年目）
- 3-2. 体験コンテンツの開拓（1年目→2年目）
- 3-3. 合鴨農法でお米づくり（2年目）
- 3-4. 畑管理

### 4：Co-Sato 広報・情報発信

- 4-1. Instagram運用の変遷
- 4-2. デザイン制作

### 5：Co-Satoの成果

- 5-1. 宿泊数一覧
- 5-2. アンケート一部
- 5-3. Co-Sato 【宿泊実績とSNS運用の成果】

### 6：サテライトオフィス誘致事業

- 6-1. 1年目の活動
- 6-2. 2年目の活動

### 7：地域活動・その他プロジェクト

- 7-1. SHUSHU（辰野町冊子）
- 7-2. 地域行事への参加

### 8：2年間を振り返って

## 1: ミッションと背景

### 1-1. 私のミッションについて

地域おこし協力隊として辰野町に着任したのは2024年4月。「起業型」という形で、自分自身が事業の担い手になることを前提に活動をスタートしました。東京での暮らしの中で感じていた「もっとゆるやかに、自分らしく働き・暮らしたい」という気持ちと、辰野町の持つ自然や人のあたたかさが重なり、ここを選びました。協力隊としての2年間は、地域に根ざしながら、子育て家族と辰野町をつなぐ仕事に全力で向き合ってきた時間です。

### 1-2. サテライトオフィス誘致事業について

私が所属するのは「サテライトオフィス誘致事業」チーム。都市部の企業や個人が辰野町を働く場・暮らす場として選んでもらえるよう、関係人口の創出と誘致活動を担う事業です。チームは3名構成で、それぞれが異なる役割を担っています。私は「受け入れる宿側」として、実際に人を迎える現場を担当。他の2名と連携しながら、訪れた人が辰野町を好きになる体験をつくることを意識して活動してきました。

### 1-3. 受け入れ側担当：Co-Satoとは

Co-Satoは、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、2~3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。自然や地域の人、違う家族との出会いを通じて、辰野町がただの「観光先」ではなく「第二のふるさと」に変わっていく。そんな場所を目指しています。私はその管理人として、受け入れの現場全体を2年間担い続けてきました。

## 2. Co-Sato 受け入れ業務

### 2-1. 受け入れの仕事内容

受け入れ業務は、滞在前・滞在中・滞在後の3フェーズで構成されています。滞在前は備品管理、掃除・ベッドメイキング、LINEグループでの事前案内。滞在中はアテンドと写真・動画撮影。滞在後は後処理とフィードバック対応まで、一連の流れをすべて担当します。特に写真撮影は、家族にとっての「旅の記録」として好評で、滞在後に共有する家族写真も喜ばれる仕事のひとつになりました。

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。



- 備品管理
- 滞在前案内
- スケジュール作成
- 掃除
- アテンド
- 写真・動画撮影 →滞在後に共有する  
家族写真も好評です！
- 滞在後処理



↑滞在中の様子

### 受け入れ中のスケジュール例

#### 【DAY1】

- ~14:00 受け入れ準備・掃除
- 15:00~ 家族さん到着
- 17:00~ 温泉&夜ごはん
- 21:00~ 子どもたち就寝
- 22:00~ 夜会

#### 【DAY2】

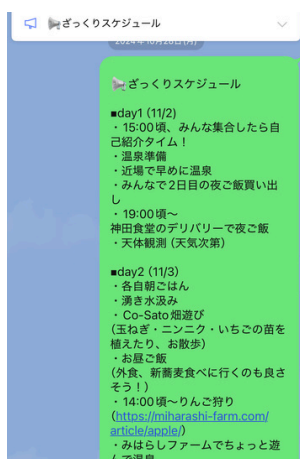
- 7:00~ 朝ごはん
- 9:00~ 近くの畑で農作業
- 12:00~ お昼ごはん
- 13:00~ 川あそび
- 16:00~ BBQ
- 18:00~ 温泉
- 20:00~ 子どもたち就寝
- 21:00~ 夜会

#### 【DAY3】

- 7:00~ 朝ごはん
- 9:00~ ヤギにエサやり体験
- 12:00~ お昼ごはん
- 14:00~ 解散
- 掃除・片付け、滞在後処理



↑滞在前のLINEグループ



↑オーダーメイドでスケジュールを作成



↑滞在中は子どもたちとあそびながら、家族をアテンド

## 2-2. オーダーメイド滞在の設計

Co-Satoの滞在は、すべてオーダーメイドです。事前にLINEグループを作成し、初めて会う家族同士の自己紹介や体験できることをご案内。その季節ならではのアクティビティや、各家族のやりたいことをヒアリングしながらスケジュールを組みます。「子連れ旅行って準備が大変」という声をよく聞きますが、その手間を丸ごと引き受けるのが私の役割。観光とは違う、暮らすように過ごす家族旅行の裏方を担ってきました。

## 3. Co-Sato 拠点・体験開発

### 3-1. 施設整備・DIY (1年目)

着任してまず取り組んだのが、拠点の整備です。物で溢れて足の踏み場もなかった物置部屋を大掃除し、ランドリールームへと改装。おもちゃ箱の設置、本棚の設計、キッチン周りの改善、床下への断熱材設置など、同協力隊の小菅さんと協力しながらDIYを重ねました。「家族が気持ちよく過ごせる空間をつくる」という視点で、細かなアップデートを繰り返してきた1年目でした。



### 3-2. 体験コンテンツの開拓 (1年目→2年目)

1年目は、Co-Satoを訪れた家族と一緒に楽しめる体験・施設を町内で視察・開拓。新たに8施設・10体験を加えることができました。2年目はさらに発展させ、地域の方々から直接教わる体験を企画・提供するよう。「よもぎもち」「お餅つき」「味噌づくり」など、地元の暮らしそのものが体験になる場をつくることで、辰野町の人と訪れた家族がつながる機会が生まれました。



### 3-3. 合鴨農法でお米づくり（2年目）

2年目に挑戦したのが、合鴨農法によるお米づくりです。田植えから始まり、裸足で泥だらけになって遊ぶ子どもたち、稲と合鴨の成長と一緒に追いかける日々。そして秋、収穫した新米を家族みんなで食べる。その一連の体験をまるごとコンテンツとして設計しました。「お米がどうやってできるのか」を体で知る経験は、都市部の子育て家族にとってとりわけ印象深いものになったと、感想をいただいています。



### 3-4. 畑管理

Co-Satoから歩いて2～3分の田んぼを畑として活用すべく、雑草とりや耕運を継続してきました。秋にはいちごの苗・玉ねぎ・にんにくを家族さんと一緒に植える農作業体験も実施。「農業体験」というプログラムではなく、一緒に畑を育てる感覚で関わってもらえるのが、Co-Satoならではのスタイルです。



## 4. Co-Sato 広報・情報発信

### 4-1. Instagram運用の変遷

1年目はアカウントの設計と運用基盤づくりからスタート。フォロワー数は約980人から1475人へと増加しました。2年目は運用をさらに強化し、インスタグラマーとのコラボ・リール投稿にも積極的に挑戦。1年間で57投稿を行い、フォロワー数は1345人から1787人へ（+32.8%）増加。2025年には新規宿泊家族から「Instagramで知った」という声が増え、SNSが新たな来訪の入口として機能し始めました。

### 4-2. デザイン制作

1年目は、Co-Satoの世界観を伝えるための制作物を一通り整えました。3つ折りパンフレット、会員証、会員証カードケース、説明スライド、そして事業のインパクトを可視化するインパクトレポートまで担当。2年目は、小商いやッテミレバ！スタンドのフライヤー・ポスターや横川の蛇石祭りのフライヤーなど、地域のイベント広報にも制作の幅を広げました。デザインを通じて、Co-Satoと辰野町の魅力を言語化し続けてきた2年間です。

## 5. Co-Satoの成果

### 5-1. 宿泊数一覧

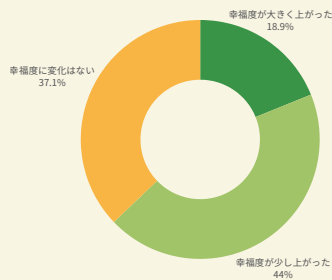
年	Co-Sato宿泊人数	Co-Sato宿泊家族数	Airbnb	合計人数
2024年	213人	55家族	73人	286人
2025年	250人	66家族	56人	306人
2026年(1~2月)	30人	9家族		30人
累計	493人	130家族	129人	622人

任期中にCo-Satoで迎えたゲストの人数は「622人」、累計約「250泊」受け入れを対応しました。Co-Satoはリピーター家族さんが多いため、全てのゲストが初めましてはありませんが、それでも関東や東海、遠方からわざわざ足を運んで来てくれたことが何より嬉しいです。

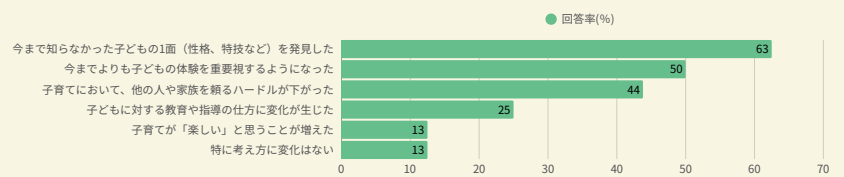
### 5-2. アンケートの一部

#### Co-Sato利用家族の幸福感をもち生きる人の増加

Co-Satoを利用する前と後で、  
ライフスタイルの幸福感に変化はありましたか？



Co-Satoを利用する前と後で、  
子育てに対する考え方や印象が変わったことはありますか？

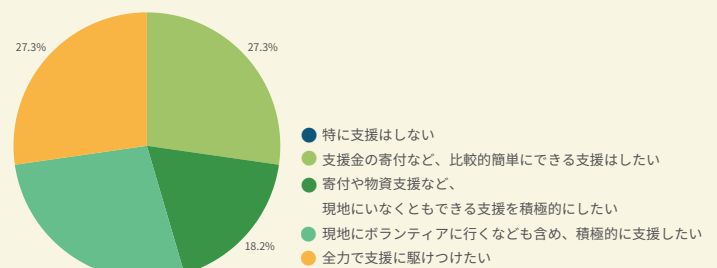


※%数値は、アンケートに答えた会員のうち

Co-Satoがサービスを開始してから1年半のタイミングでインパクトレポートを作成しました。アンケートの結果によると、利用者の62.9%が「ライフスタイルの幸福感に良い変化があった」と回答されており、大変喜ばしい成果が得られています。定期的に訪れることができる「第二のふるさと」としての環境や、そこで築かれる人とのつながりを通じて、子どもの新たな一面や家族・子育てに対する価値観の変化が生まれていると考えられます。

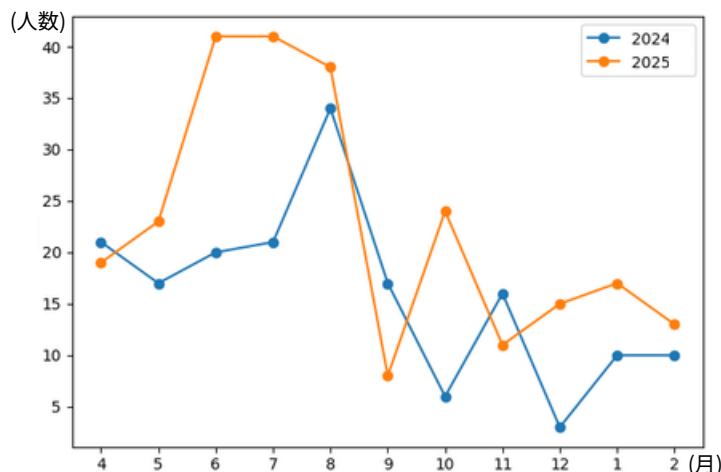
Co-Satoの利用者家族と同様に、学生スタッフの経験もまた、辰野町との深い関係を築き、関係人口の創出に大きく貢献していると考えられます。特に、辰野町で災害が発生した際の支援意欲が非常に高いことがアンケート結果から明らかになりました。回答者全員が「何らかの支援を行いたい」と答えており、その中でも「積極的に支援したい」や「全力で支援に駆けつけたい」といった回答が同率で見られるなど、強い意識が伺えます。

#### Co-Satoの学生スタッフへのアンケート「辰野町で災害が起きた場合、支援しますか？」



## 5-3 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。

### ▼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。

## 6. サテライトオフィス誘致事業

### 6-1. 1年目の活動

1年目は、チーム全体での誘致活動の基盤づくりに並走しました。チャレンジナガノでマッチングした2企業との打ち合わせに同席し、1企業の辰野町アテンドを実施。実際に町を案内しながら、辰野町との相性が良い来訪者像が見えてきました。「大企業の拠点よりも、クリエイターやフリーランスとの相性が良い」——この認識はこの時期の経験からチームで共有したものです。



宿オーナーさんと交流会開催



チャレンジナガノ アテンド



ローカル開業カレッジ  
辰野町ツアーアテンド

Co-Satoの受け入れをしつつ、同サテライトオフィス誘致事業の他2人（廣田・合田）とともに、チャレンジナガノでマッチングした2企業との打ち合わせ、1企業の辰野町アテンドを実施。セミナーに参加した「ローカル開業カレッジ」では、自主企画として辰野町ツアーを企画。3/15~16に実施しました。



### 小商いヤッテミレバ！キャンプ

ワクワクから生まれる小商いに挑戦する「小商いヤッテミレバ！キャンプ」に参加。応援し合える素敵な仲間たちとともに、マーケットに出展しました。

同時開催された「16factoryオープン記念マーケット」では、SNS告知デザインを担当。

### 6-2. 2年目の活動

2年目は、辰野町での働き方・暮らし方を発信するInstagramアカウント「たつのでたち」の運用をスタート。協力隊3名＋鈴木隊員の4名で運営し、アカウント全体のデザイン・フォーマット設計・リール制作のサポートを担当しました。90日間の総閲覧数11,659、リーチアカウント2,605、フォロワー外からの閲覧が66.3%と、まだ辰野町を知らない新規ユーザーへの着実なリーチが生まれています。



- 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で  
辰野町を知る

Instagramへ  
問い合わせ

辰野町に  
訪れてみる

▲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

## 7. 地域活動・その他プロジェクト

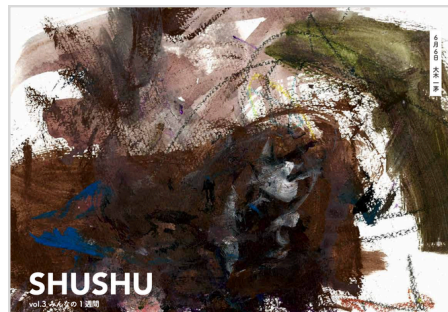
### 7-1. SHUSHU (辰野町地域おこし協力隊 活動報告冊子)

辰野町地域おこし協力隊が半年に1回発行する冊子「SHUSHU」の企画・デザイン・取材・執筆・入稿・全体総括を2年間担いました。2年間でvol.1~4を発行。vol.1は協力隊の自己紹介、vol.2は活動報告、vol.3は協力隊と住民の日記、vol.4は内容を一新し活動報告と町の見方が変わるヒントを。また冊子の発行に合わせ、協力隊と住民が気軽に話せる場「SHUSHU DAY!」も4回開催し、一方通行でない情報発信の場をつくりました。

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。

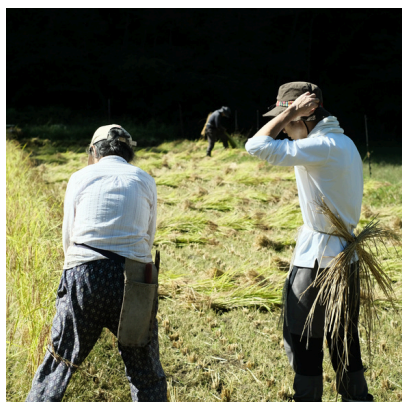


### 7-2. 地域行事への参加

協力隊としての本業と並行して、辰野町の地域行事にも積極的に参加してきました。こめはなやのイベント出展のお手伝い、どろん田バレーの運営補助、田植え・収穫のお手伝いなど、町の暮らしに混ざり込む機会を大切にしてきました。こうした関わりの積み重ねが、「よそ者」から「この町の人」へと変わっていく実感につながっています。



どろん田バレー  
運営補助/ポスターデザイン



田植えや収穫のお手伝い



イベントのチラシデザイン

## 8. 2年間を振り返って

---

2年間を通じて最も変わったのは、「つくることと、関わることは同じだ」という感覚です。施設を整え、体験をつくり、デザインをし、人を迎える。それらはすべて、辰野町と誰かをつなぐ行為でした。うまくいかないことも多かったけれど、目の前の家族が笑顔で「また来ます」と言ってくれるたびに、この場所でやることの意味を確かめてきました。

Co-Satoを運営していく中で、なくてはならなかったのが地域のみなさんです。よもぎもち作りやお餅つき、田植えや稲刈り、養鶏体験、ヤギへの餌やり、とうもろこし収穫——季節折々の体験を通じて、都会から来た子どもたちや親御さんを温かく迎え入れ、忙しい中でも家族の思い出を一緒につくってくださいました。だからこそこれだけの人が、子連れで3時間以上かけてはるばる訪れてくれたのだと思っています。

地域おこし協力隊の活動報告冊子「SHUSHU」も、私にとってとても思い出のある仕事になりました。「SHUSHU」を作り届けることで、協力隊同士、役場の方、まちのみなさんの距離が少しでも縮まっていたなら、これほど嬉しいことはありません。

生まれ育った東京よりも、辰野町の方がいつしか「帰ってきた」と感じる場所になりました。これからもそれは変わらないと思います。また皆さんに会いに、帰りに来ます。本当にお世話になりました。辰野町で関わってくださった皆さん一人一人に、心からのありがとうを伝えたいです。また会いましょう。