

「泊まる」を「つながる」に変えるまち

～民泊とマイふるさとガイドでふるさとをシェア～

東海大学 政治経済学部政治学科 岡本ゼミナール（指導教員：岡本三彦）

代表者：内藤由渚

発表者氏名：天野颯太、右幸太陽、岡田翔、遠山大地

参加者氏名：池田颯楽、佐藤明音、菅原詩乃、高橋葉那、高橋龍寿、田所航雄、田邊聖奈、仲嶋大貴、山本寛人

《目次》

梗概

第1章 養父市の現状

第2章 現状分析

1. 人口推移と将来推計人口
2. 観光客の滞在の短さが生む消費機会不足と観光客推移
3. 地域情報、魅力発信、住民参加不足

第3章 民泊プロジェクト×マイふるさとガイドの可能性

1. 政策具体案
2. 行政に求められる役割

第4章 政策の持続性と環境構築

結論

参考文献

梗概

本政策は、兵庫県養父市における観光の日帰り偏重と人口減少・高齢化の進行を主要課題と捉え、民泊事業と住民発信型アプリ「マイふるさとガイド」を連動させることで、宿泊需要の拡大と地域活性化を同時に実現する政策モデルを提示するものである。養父市は年間約 97 万人の観光客が訪れる一方、宿泊率はわずか 9%前後、平均泊数も 1.29 泊と短く、観光消費が域内に十分に還元されていない現状がある。氷ノ山をはじめとした自然観光資源や農林業を基盤とした食・文化資源を備えながらも、宿泊・体験誘導を促す仕組みが脆弱であり、四季を通じた滞在価値の創出が求められている。

第1章では、産業構造と観光入り込み動向を通じて地域の特性を整理し、特に夏秋期における潜在的誘客力を指摘する。第2章では、人口推計、県観光調査、国定公園利用者数比較を用いて、日帰り偏重の構造的課題と宿泊誘導の必要性を明らかにする。そのうえで、第3章では、アプリを介した①民泊予約・検索・レビュー機能、②ホストによる地域紹介投稿、③宿泊者の体験共有、

④飲食店・イベントとの連携、⑤学生ボランティア参画、⑥行政の認証制度、⑦相互支援ネットワークの設計を具体化する。そして、第4章では、制度維持費は行政負担、運営費・還元費は民間協賛・利用者負担を組み合わせる持続的財政スキームを提案し、養父市の地域振興ポイントである「やっふるポイント」により域内経済循環を強化する仕組みを示す。さらに、ホスト支援制度を入口支援→負担軽減→動機付け→安心保障の4段階に構造化し、人材の継続参画を促進する。

本政策により、短期的には宿泊者増加と地域消費拡大が、長期的には、宿泊をきっかけに地域と継続的に関わるつながり人口が育成され、地域の担い手不足解消や移住の促進につながる可能性がある。住民発信と行政支援を結節した体験型観光の循環構造は、養父市を「また訪れたい地域」へと変革する戦略的基盤となり得る。

第1章 養父市の現状

近年、日本の地方都市において人口の減少、少子高齢化、地域経済の縮小や担い手不足が深刻な課題となっている。兵庫県養父市も例外ではなく、若年層の減少と地域資源の活用方法が問題となっている。そうした中で住民自身が地域の魅力を再発見し、「知る、泊まる、つながり、地域を活性化」を目指すために、まず資料を用いて養父市における産業構造の考察をする。

養父市は、2024年度、総観光入り込み客数は約97万人と報告されており、決して少なくはないことがわかる。ただし、日帰り観光客が多数を占めており、滞在型観光としての地域経済効果には偏りがみられる(図表1)。一方、農林業の歴史を持ち、地域資源としての自然・食・文化などが多様に存在しており、特に夏季や秋季における新たな魅力発見の可能性はある。

(図表1) 養父市観光客入込客数

項目		地域・市町別	西播磨地域					但馬地域					
		赤穂市	宍粟市	太子町	上郡町	佐用町	小計	豊岡市	養父市	朝来市	香美町		
形態別 入込客数	総入込客数	1,091	857	91	218	552	4,919	3,079	967	1,882	1,143		
	日帰り	日帰り客	711	791	75	213	498	4,242	2,162	817	1,777	879	
		宿泊客	380	66	16	5	54	677	917	150	105	264	
	泊	利用施設別内訳	ホテル	131	10	13	0	25	298	100	14	28	5
			旅館	124	13	4	0	0	168	640	7	10	74
			民宿・ペンション	0	1	0	0	0	1	177	98	3	139
			公的宿泊施設	13	14	0	5	29	70	0	15	41	44
			ユースホステル	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			療・保養所	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
			その他	112	28	0	0	0	140	0	16	23	2
	客季別	第1四半期(4月～6月)	289	201	17	52	139	1,156	724	204	444	198	
		第2四半期(7月～9月)	237	233	21	60	188	1,229	1,022	236	506	255	
		第3四半期(10月～12月)	303	234	31	55	135	1,408	704	215	558	273	
		第4四半期(1月～3月)	264	189	21	51	89	1,126	627	311	375	417	
目的別 入込客数	自然	0	58	0	0	2	137	200	3	84	70		
	歴史・文化	118	22	18	14	80	515	983	34	445	352		
	温泉・健康	196	212	0	0	23	734	998	172	136	85		
	スポーツ・レクリエーション	625	173	0	204	303	1,574	521	355	184	247		
	都市型観光 - 買物・食等 -	0	0	0	0	0	32	135	0	0	136		
	その他	102	331	59	0	87	1,396	50	393	958	243		
行祭事・イベント	50	62	14	0	57	532	191	8	75	10			

(出典：令和4年度 兵庫県観光客動態調査報告書)

本政策提案の目的は、「民泊事業」に「マイふるさとガイド」を組み合わせることで、観光振興と定住促進を同時に実現する地域活性化モデルを構築することである。住民により情報発信と、旅行者による滞在・体験を結びつけることにより、養父市の自然や文化を生かした「養父市とつながりを持つ新たなつながり人口を創出、拡大する地域社会」を目指す。

第2章 現状分析

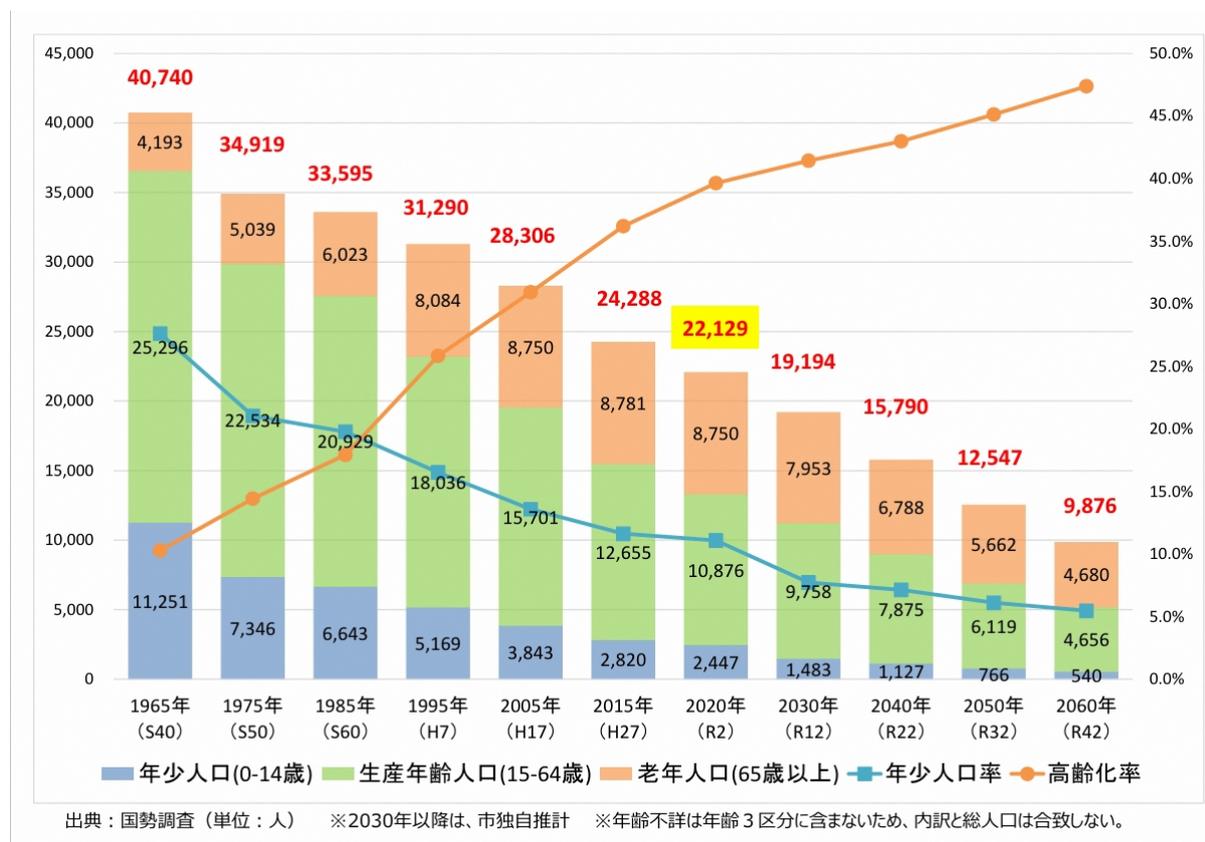
1. 人口推移と将来推計人口

養父市の人口は1965年の40,740人から一貫して減少している。2020年には22,129人となっている。人口減少は今後も続くと推計されている。2040年には約15,790人、2060年には約9,876人まで減少する見込みである。(図表2)

年少人口(0~14歳)は1965年の11,251人から2060年には540人まで減少し、生産年齢人口(15歳~64歳)も同期間に25,296人から4,680人まで減少すると示されている。一方で、老年人口(65歳以上)は増加傾向にあり、1965年の4,193人から2060年には4,656人となる見通しである。

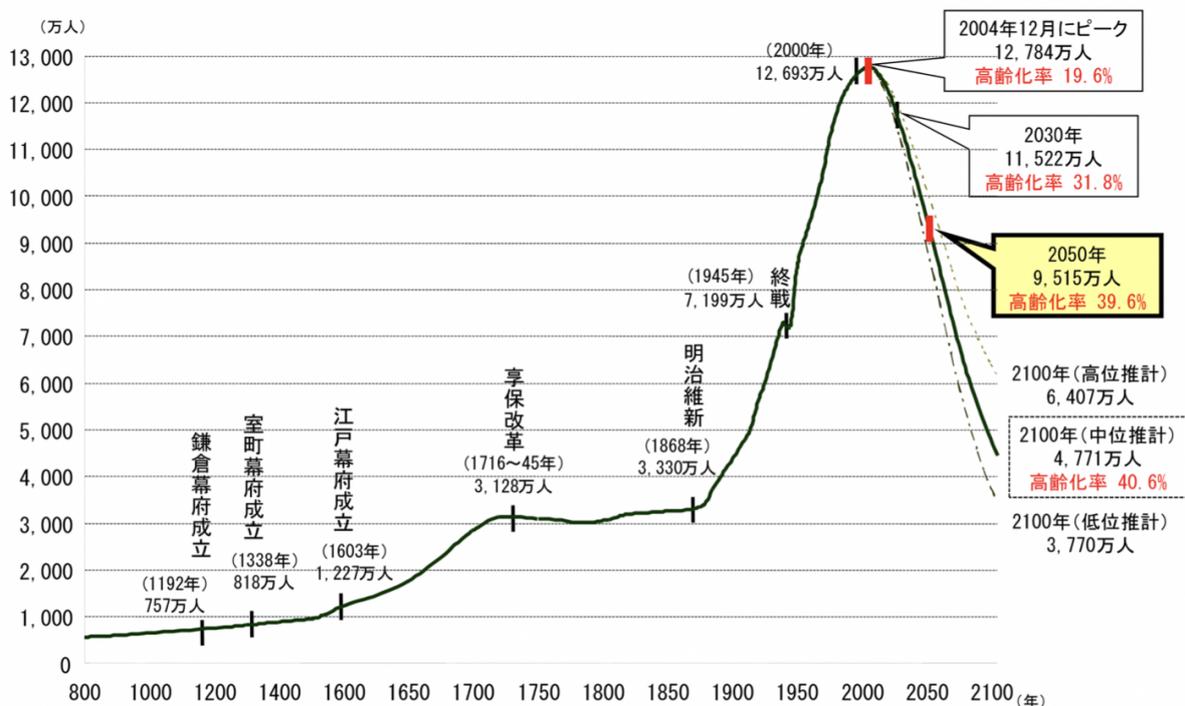
また、高齢化率は1965年の約10%から上昇を続け、2060年には約50%近くに達すると推計されている。これらの数値から、人口の減少と高齢化の同時進行が読み取れる(図表2)。全国と比較してみても(図表3)、全国平均では2050年でも39.6%にとどまる見込みであり、養父市の高齢化の進行が大きく上回っていることが分かる。

(図表2) 養父市人口推移と将来推計人口



(出典：養父市ホームページ)

(図表 3) 総人口の長期的推移

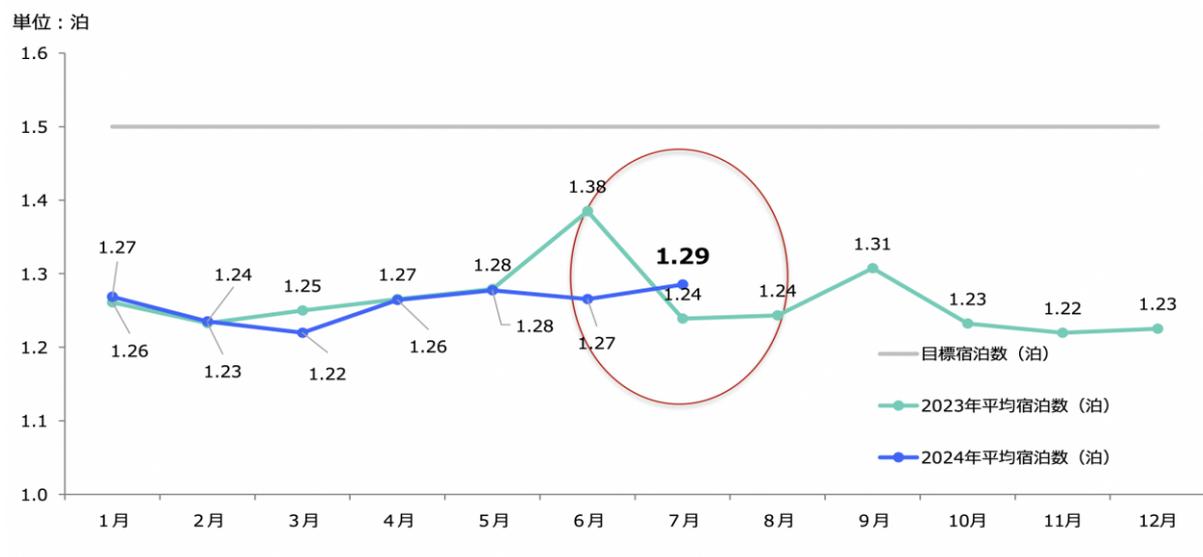


(出典：国土交通省 2050年の国土に係る状況変化)

2. 観光客の滞在の短さが生む消費機会不足と観光客推移

養父市は、氷ノ山をはじめ天滝、あゆ公園など自然環境に恵まれ、観光資源が豊富である。しかし現状として、観光客の多くは日帰りにとどまっており、宿泊を伴う観光消費は少ない。これには観光スポット間の交通アクセスの不便さや、宿泊施設・飲食店の不足が背景にあるだろう。また、観光資源が点在しているのにもかかわらず、それらをつなげる仕組みが脆弱であることも課題である。特に観光の核となる氷ノ山のスキー施設など、他の地域と比較したときに大きな差別化要因とすることができるのにもかかわらず、うまく生かすことができていない。氷ノ山を中心とした観光資源は、十分に地域経済へ貢献する形で活用されているとは言い難い。兵庫県の「観光動態調査(2022年度)」によれば、県内における観光客全体のうち 宿泊客の割合は9.0%にとどまり、91.0%が日帰り客となっている。氷ノ山エリアを含む但馬地域においても同様に宿泊客比率が約9~10%前後という日帰り観光客の偏りの構造が続いていることが報告されている。さらに兵庫県「観光マンスリーレポート」より、2024年度の平均泊数はわずか1.29泊であり、県が設定した宿泊促進目標の1.5泊を依然達成できていない(図表4)。

(図表 4) 平均泊数



(出典；観光マンスリーレポート)

また、氷ノ山を含む「氷ノ山後山那岐山国定公園」の年間利用者数は、環境省の「2023年国立公園利用者数」によれば2023年度時点で約2,227千人に留まり、同じ県内の自然公園である瀬戸内海国立公園（約1,505万人）と比較しても、その観光動員力や認知度・集客力には差が見られる。（環境省「令和5年国立公園利用者数」）

これらのデータは、氷ノ山という有力な観光資源を保有しながらも、「宿泊への誘導」「四季を通じた滞在価値の創出」「観光消費機会の最大化」といった観点において、未だその潜在力を十分に引き出せていない現状を裏付けている。その中で、日帰り観光客のみならず、宿泊観光客の増加を望むための差別化施策に対する支援を整えることが行政には必要である。

3. 地域情報、魅力発信、住民参加不足

養父市では行政主導の観光PRや地域振興策が中心であり、住民が主体的にかかわる仕組みはまだ十分に整っていない。地域の魅力を最も理解しているのは地元住民だと考えている。地元住民が地域の魅力を深く理解することが、アイデンティティの形成につながり、持続可能なまちづくりの観点から極めて重要だと考えている。しかし、個人の体験や思い出が可視化される機会が少ない。その結果、地域資源の発掘と共有が進まず、「養父市らしさ」を伝える多様なストーリーが観光客などの外部に届いていない。養父市地域再生計画より、地方創生の実現における課題として、高校生、大学生においてのブランディング不足があげられている。そのため、今後のまちづくりへの愛着、関心が大いに希薄化されることが懸念される。さらに、観光業のみならず、「但馬牛」や「朝倉山椒」といった地域特産品がある。そういった地域ブランドを、東京都台東区のアンテナショップ「ちいきと」に出店しているものの、現段階では当該出店に関する認知度や来客数、販路拡大効果を示す公開データは見当たらない。現時点で観光振興・地域プロモーション

の観点から施策の効果が十分に可視化されているとはいいがたい。(養父市アンテナショップ活用課題 令和6年度 経営状況報告)

宿泊観光客が年々減少している中で、地域特有のブランドを発信し、他の地域に埋もれない、外部からの人々の最大限にメリットが出るような政策を考えていく必要がある。例えば、オールシーズンを通して訪客が考えられるものなどである。そして日帰りにとどまることなく、宿泊へつなげ、養父に再び宿泊に来ていただくための施策が必要である。養父市のような地方部では、宿泊需要の確保が地域経済の循環や人口維持に直結するため、その重要性は高いといえる。その中で、行政に求められる役割としては、観光振興を“外部からの誘客政策”として捉えるだけでなく、地域住民が自ら魅力を語り、交流を生み出せる「場」と「仕組み」を整備することである。すなわち、行政は住民参加型の観光・まちづくりを推進するための基盤づくりを担い、地域資源と人材の潜在力を引き出す支援主体として機能する必要がある。

第3章 民泊プロジェクト×マイふるさとガイドの可能性

1. 政策具体案

本政策では、民泊を地域体験の中心に据え、情報発信および利用促進のために「マイふるさとガイド」を活用する仕組みを提案する。目的は、地域の人々が自らの生活文化を発信し、外部の人とのつながりを広げることで、地域の魅力を“体験”として伝えることにある。以下に7つ、政策の具体的内容を示す。

① 「マイふるさとガイド」を民泊検索・予約機能を備えた地域体験アプリとして運用する

アプリ上では、地域ごとに登録された民泊先を一覧で閲覧できるようにし、ホストのプロフィールや写真、宿泊者のレビューを掲載する。これにより、利用者は単なる宿泊先の情報だけでなく、ホストの人柄や地域の雰囲気や事前を知ることができるようにする。また、宿泊希望者はアプリ上から直接予約が可能とし、地域との距離を近づける。

② 各ホストが「自分のお気に入りの場所」をマイふるさとガイド上に投稿できる仕組みの構築

ホストは近所の飲食店や観光地、自然スポット、地元の人しか知らない穴場などを自由に紹介できるようにし、投稿内容は写真とコメントで構成し、ホストならではの視点を反映させる。例としては、「朝に行くと静かで気持ちがいい神社」や「」など、生活に根ざした情報が中心となる。こうした発信によって、アプリ全体が「地元の人に案内されるような体験型ガイド」へと進化し、地域の温かみを伝えられるようになる。

③ マイふるさとガイド内に「ホストおすすめルート機能」の導入

これは、ホストが自分の民泊周辺のおすすめスポットを組み合わせ、1日または2日間の観光・体験ルートを提案できる機能である。たとえば「午前は近くの市場で朝食→昼は地元カフェ→夕方温泉→夜は宿で地元料理体験」といった流れを提示し、旅行者が地域での過ごし方を具体的にイメージできるようにする。これにより、宿泊者の地域内滞在時間を延ばし、飲食店や観光施設への波及効果も期待できる。

④ 宿泊者による体験共有機能の導入

宿泊者は滞在後、アプリ内で「ホストに教えてもらったおすすめスポット」「印象に残った地元の人との交流」などを投稿できるようにする。写真付きの体験レポートが蓄積されることで、マイふるさとガイドは単なる情報媒体を超え、「人と人のつながりを可視化するプラットフォーム」として機能する。この体験共有が他の利用者への信頼性の高い口コミとなり、新たな来訪者の獲得につながる。

⑤ 地域全体での参加促進の仕組みづくり

民泊ホストや地元飲食店、観光施設がそれぞれアプリ上でプロフィールを作成し、相互に紹介し合えるようにする。たとえば、民泊ホストが「うちの宿に泊まったらぜひこのお店へ」と投稿すれば、飲食店側も「この宿の方がよく来てくれます」と紹介を返す。このように、地域の中で相互リンクを形成することで、住民同士のつながりも強化される。

⑥ 自治体がこの取り組みを後押しする制度設計

具体的には、マイふるさとガイドへの掲載を希望するホストや店舗に対して、写真撮影や情報発信のサポート、取材記事作成の支援を行う。学生ボランティアやNPOが取材・記事執筆を担当することで、地域側の負担を減らし、若者が地域と関わる機会も増える。これにより、マイふるさとガイドが地域と外部の人材をつなぐ交流拠点として機能する。

⑦ 地域イベントとの連携

マイふるさとガイド上で、地元祭りや体験イベントの情報を発信し、民泊とセットで参加できるようにする。たとえば「秋の収穫祭＋農家民泊体験」「夏祭り＋地元民との夕食会」など、季節ごとの特別プランを企画する。これにより、宿泊とイベント参加を通して地域の生活文化を深く体験できるようになる。

最後に、これらの施策を通して形成されるのは、「人を介した地域の魅力発信の循環」である。ホストが地域を紹介し、宿泊者とその体験を共有し、その情報が次の訪問者を呼び込む。この循環が続くことで、地域全体が一体となった魅力発信の仕組みが生まれる。マイふるさとガイドはその情報基盤として、民泊プロジェクトを支え、地域内外の人々を結びつける中心的な役割を果たす。

以上の取り組みを通じて、短期的には地域における宿泊者数の増加が見込まれる。これまで養父市のような地方地域では、観光客が「日帰り」で訪れるケースが多く、宿泊を伴う滞在が少ないことが課題であった。しかし、マイふるさとガイドを通じて民泊施設を容易に検索・予約できるようになることで、旅行者が「泊まって体験してみたい」と感じる動機が生まれる。さらに、ホスト自身が投稿する地域紹介記事を通じて、観光地や飲食店、体験スポットなどの“リアルな地元情報”が可視化される。これにより、観光客が地域に対して親近感を抱き、より長く滞在したいという意欲を高める効果が期待できる。結果として、宿泊を伴う観光が増加し、地域内での消費額も拡大し、地元の飲食店や土産物店などへの波及効果が発生するため、地域経済に即効的な刺激をもたらすと考えられる。

また長期的には、民泊をきっかけに地域への関心を深めた宿泊者が「つながり人口」として継続的に地域とつながることが見込まれる。マイ故郷ガイド上でのホストとの交流や、宿泊後のリ

ピート訪問などを通じて、地域との心理的な距離が縮まる。さらに、こうしたつながり人口の拡大が進むことで、将来的に「移住を検討してみたい」と考える人が現れる可能性が高まる。特に、都市部から地方移住を検討する層にとって、実際に地域で生活する人々と直接つながれる民泊は、移住前のリアルな体験機会として有効である。結果として、養父市のような地方都市においては、人口減少対策や地域コミュニティの維持という長期的課題に対しても一定の効果が見込まれる。

2. 行政に求められる役割

本政策は、地域住民が主体となる民泊運営と、地域情報を発信する「マイ故郷ガイド」を連携させることで、地域全体の魅力を発信し、観光および関係人口の拡大を図るものである。その実現のためには、住民や民間だけでなく、行政が適切に介入し、制度面・広報面・データ面から支援を行うことが不可欠である。以下では、市の役割を①情報基盤の整備、②安全性・信頼性の担保、③地域連携と支援体制の構築、④中長期的な戦略形成の4点に整理して述べる。

① 情報基盤の整備

まず、市はマイふるさとガイドの運営基盤を支援する立場として、地域情報のデータベース整備を担う。具体的には、観光地、飲食店、体験施設、交通アクセスなどの基礎データを収集し、マイふるさとガイドの地図・検索機能と連動させることで、民泊ホストや旅行者が容易に利用できる環境を整える。加えて、市は地域ごとの魅力を発信するための素材提供（写真、歴史資料、観光統計など）を行い、ホストが記事を作成しやすいようサポートする。こうした情報基盤の整備によって、個人による発信の質を底上げし、地域全体の情報発信の統一感を高めることができる。

② 安全性・信頼性の担保

次に、市の重要な役割は、民泊運営における安全性と信頼性の確保である。民泊事業には、宿泊者の安全管理、衛生面の基準、近隣住民とのトラブル防止など、一定のルール整備が不可欠である。市は、旅館業法や住宅宿泊事業法などの法令に基づく許可・届出のサポート体制を強化し、ホストが安心して登録できる仕組みを作る。また、マイふるさとガイドと連携して、登録民泊には「認証マーク」や「市公認ホスト制度」を導入することで、旅行者に対して信頼性の高い情報を提供できるようにする。これにより、初めて訪れる旅行者でも安心して宿泊予約を行うことができ、地域全体のブランド価値向上につながる。

③ 地域連携と支援体制の構築

市は地域内のネットワークを形成する中心として機能すべきである。具体的には、ホスト・飲食店・観光施設などの事業者を対象とした「地域魅力発信ワークショップ」や「民泊ホスト研修会」を定期的で開催し、情報共有と協力体制の強化を図る。ホストが地元店舗や観光資源を積極的に紹介することで、地域内での経済循環が生まれ、個別の民泊運営が“まち全体の観光戦略”に自然と組み込まれていく。

また、市はマイふるさとガイド上で紹介された店舗や体験施設に対して「市公式おすすめスポット」認定を行い、行政として信頼性を補完することも効果的である。これにより、地域住民の

発信と行政の認証が相乗効果を生み、より強固な地域ブランディングが可能となる。

④ 長期的な戦略形成

長期的には、市が得られるデータを活用した「観光・つながり人口戦略」の策定が重要である。マイふるさとガイドや民泊予約の利用データを分析することで、どの地域に宿泊者が集中しているのか、どの季節にアクセスが増えるのか、どのタイプの体験記事が人気なのかを可視化できる。これらのデータは、今後の観光政策やインフラ整備計画に活用できる貴重な資源となる。たとえば、宿泊需要が高まったエリアに公共交通の便の改善や、人気の体験プログラムを他地域にも展開するなど、実証的な政策立案が可能になる。

また、民泊をきっかけに地域と継続的に関わるつながり人口の育成が期待される。市は、リピーターとなった宿泊者やホストとの交流を継続できるよう、オンラインコミュニティやイベントを支援するなど、交流の“第二段階”を設計することが求められる。これにより、一時的な観光促進ではなく、地域との持続的な関係づくりが進み、最終的には移住・定住への流れを生み出す基盤となる。

第4章 政策提案の持続性と環境構築

本政策を持続的に機能させるためには、民泊を中心とした住民主体の運営体制と、行政による長期的な支援が不可欠である。特に「マイふるさとガイド」を情報基盤とし、地域住民が自ら発信・運営に関わることで、観光を通じた地域コミュニティの再構築を実現できる。また、マイふるさとガイドを民泊運営と直結させる仕組みを導入する。たとえば、ホストは自身の宿泊施設ページ内で「地域体験プラン」や「季節のイベント」を登録でき、宿泊者はアプリ上でそれらを同時に予約できるようにする。これにより、「宿泊+体験+交流」が一体化した滞在モデルを実現できる。加えて、宿泊者が体験後にレビューや写真を投稿すると、それが新たな地域情報として蓄積され、他の旅行者の興味喚起につながる。こうした発信の循環構造は、民泊を通じた地域経済の活性化と、情報の更新性の両立を可能にする。

また、地域教育や若者との連携も持続運用の鍵となる。地元高校や大学、専門学校などと連携し、学生が取材・記事作成・デザインなどに携わることで、若者が地域課題に主体的に関わる機会を創出できる。取材先が民泊ホストや地元農家であれば、学生と住民との交流が自然に生まれ、世代を超えた関係づくりにもつながる。さらに、観光協会スタッフが運営面をサポートし、記事校正や安全基準の助言を行うことで、民泊の品質の安定化と継続性を担保する。

加えて、発信者やホストに対しては、活動を継続的に促すインセンティブ制度の導入が有効である。初回投稿以降も、投稿回数や宿泊受入件数に応じて養父市の地域振興ポイントである「やっふるポイント」を段階的に付与し、地域内の商店や施設で利用できるようにすることで、アプリの利用促進と域内経済の循環を両立できる。さらに、宿泊者からの高評価を得たホストを「やぶアンバサダー」として市が認定し、公式 SNS や観光パンフレットで紹介する仕組みを設ける。これにより、地域での信頼性とモチベーションの向上を図ることができる。また、ホスト同士が参加できる勉強会や意見交換会を定期的実施し、接客スキルや地域紹介の工夫などを共有することで、民泊全体の質の底上げを目指す。こうした段階的な支援を通じて、発信活動や宿泊運営

が地域の誇りと実益の双方につながる仕組みを形成できるだろう。

さらに、行政は透明性と参加のしやすさを確保する仕組みを整える。マイふるさとガイドの運用状況や民泊登録数、利用者数、満足度などを定期的に公表し、住民が意見を提出できる「運営報告会」や「オンライン意見箱」を設ける。これにより、アプリの改善が行政主導ではなく、住民との協働で進められるようになる。また、安全面の確保や法的手続きについても、市が相談窓口を設置し、ホスト登録前後のサポート体制を整備することで、安心して参入できる環境を構築する。

以上のように、行政・住民・外部人材が協働し、民泊と地域発信を一体的に運営する仕組みを整えることで、マイふるさとガイドは短期的な観光需要の拡大にとどまらず、地域の持続的な自立成長を支える基盤として機能し得る。

結論

本提案は、養父市において日帰り観光に偏っている現状や、地域資源を十分に活かしてきていない課題を踏まえ、住民主体の受け入れ体制と行政による制度的支援を組み合わせることで、滞在型交流への転換を図るものである。地域住民がホストとなり、来訪者と生活を共にする民泊の仕組みを整備することで、観光客が地域の暮らしや文化に深く触れ、単なる観光消費ではない交流が生まれる。これにより、短期的には滞在時間の延長と地域内消費の増加が期待できる。さらに長期的には、繰り返し訪れる中で地域への愛着が醸成され、関係人口の拡大や移住につながる可能性も生まれる。また、住民が主体的に交流に関わることで地域への誇りと結束が高まり、行政が制度面を支えることで継続的な運営が保証される。この二つが結びつくことで、訪問と交流が一度きりではなく循環的に続き、地域社会に持続的な活力を生み出す。その循環こそが、地域経済の再生と地域コミュニティの強化につながる。

参考文献

○Web-site

環境省 「令和5年国立公園利用者数（公園、都道府県別）」 2025年11月7日閲覧

https://www.env.go.jp/park/doc/data/natural/naturalpark_06.xlsx

経済産業省 「インバウンド事業、観光」 2025年11月5日閲覧

450_hyogo_yabu_honbun.pdf

国土交通省 「2050年の国土に係る状況変化」 2025年11月5日閲覧

<https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/content/001361256.pdf>

地方創生 「養父市地域再生計画」 2025年11月7日閲覧

<https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/dai73nintei/plan/y1005.pdf>

東京養父市会 「養父市のアンテナショップ「ちいきと」」 2025年11月5日閲覧
<https://www.tokyoyabu.com/2024/10/17/post-1832/>

兵庫県 「兵庫県観光マンスリーレポート」 2024年9月 2025年11月7日 閲覧
<https://www.hyogo-tourism.jp/files/report/2409report.pdf>

兵庫県 「令和4年度兵庫県観光動態調査報告書」 2025年11月5日閲覧
<https://web.pref.hyogo.lg.jp/sr16/documents/reiwa4doutaityousa.pdf>

養父市 「養父市アンテナショップ活用課題（令和6年度 経営状況報告）」
2025年11月7日閲覧 [20250821press4.pdf](#)

養父市 「養父市の課題、特性」 2025年11月5日閲覧
<https://www.city.yabu.hyogo.jp/material/files/group/26/dainishou.pdf>

養父市 「養父市の人口推移と将来推計人口」 2025年11月5日閲覧
<https://www.city.yabu.hyogo.jp/material/files/group/34/6jinnkousuii.pdf>

養父市 「養父市若者ミライ会議 提言」 2025年11月7日閲覧
[wakamonomiraikaigi_teigen_2.pdf](#)