

A NEW HOMETOWN

第2のふるさと

令和7年度 | ナレッジ集

Journeys to the region time and again, journeys home



何度も地域に通う旅、帰る旅

WHAT'S
“A NEW HOMETOWN” PROJECT?

第2のふるさと



「第2のふるさとづくり」とは、
「何度も地域に通う旅、帰る旅」という地域とのつながりに着目した、
国内旅行の新しいスタイルの普及・定着を図る観光庁のプロジェクトです。
本誌はモデル実証事業を通じて得たノウハウの一部をまとめたナレッジ集です。
地域の皆さんが「第2のふるさとづくり」に取り組む
きっかけ・ヒントになれば幸いです。

CONTENTS

- 04 第2のふるさとづくりプロジェクトとは
- 06 実証事業採択地域一覧MAP
- INTERVIEW
- 08 有識者インタビュー
- MODEL KNOWLEDGE 01
- 10 先駆的事例創出モデル
- MODEL KNOWLEDGE 02
- 26 企業版第2のふるさとづくりモデル
- 36 アンケート調査結果
- 34 INFORMATION

第2のふるさとづくりプロジェクトとは？

地域とのつながりに着目した 新たな旅のスタイルづくりを目指すプロジェクト

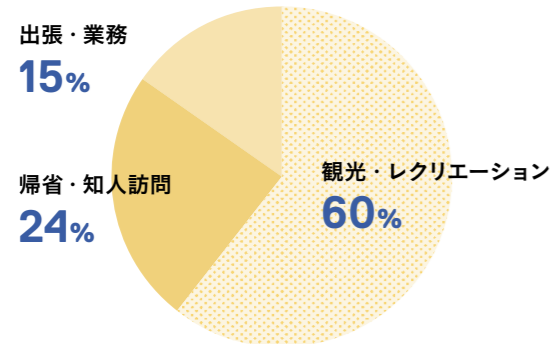
「何度も地域に通う旅、帰る旅」という旅のスタイルや、関係人口の拡大を推進し定着させることで、国内観光の新しい需要を掘り起こし、地域経済の活性化につなげることを目的としたプロジェクト。
令和4年度よりモデル実証事業をスタートしました。

MOTIVATION for the FUTURE

01 新たな国内旅行需要へ フォーカス

- ✓ 観光ではない「帰省・知人訪問」「出張・業務」の国内旅行需要を増やす
- ✓ 訪日旅行需要に比べ、国内旅行市場は横ばい傾向が長く続いている
- ✓ 「観光・レクリエーション」目的以外の需要も含め、新たな交流市場の創出に取り組む必要がある

●〈国内宿泊旅行〉「旅行目的」の内訳（2023年）
出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（2023年）

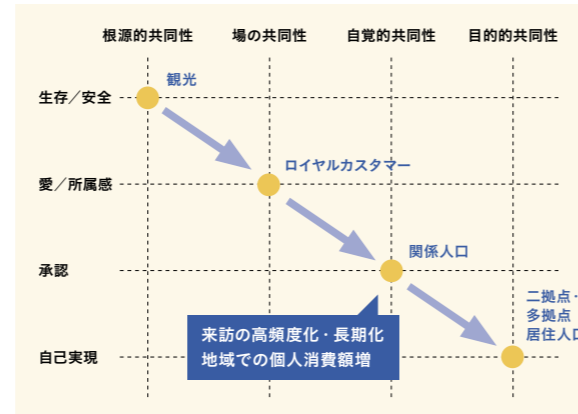


「帰省・知人訪問」「出張・業務」による旅行需要は少ない

02 第2のふるさとづくりによる 関係人口化の可能性

- ✓ 地域資源に触れ、地域との関係性や参画が段階的に深まることで、自発的な来訪高頻度化や滞在長期化等を誘発する可能性がある
- ✓ 関係人口や多地域居住・二地域居住・移住層へ緩やかに移行する可能性がある

●観光客が関係人口や多地域居住・二地域居住・移住層に緩やかに移行するプロセス（仮説）



※坂倉杏介、保井俊之、白坂成功、前野隆司「共同行為における自己実現の段階モデル」による「地域の居場所」の来場者の行動分析：東京都港区「芝の家」を事例に（2012）を参考に観光庁作成

第2のふるさとづくりプロジェクトの歩み

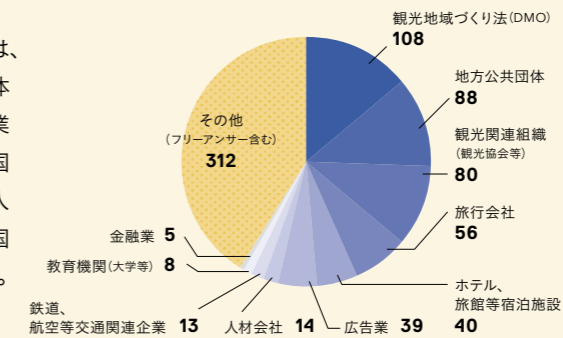
1 年度ごとのプロジェクト概要

令和4～7年度の4年間で延べ65地域が実証に取り組み、得られた気づきをもとに磨き上げながら、「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルが全国で定着しつつあります。企業・行政・住民が協働し、受け入れ環境を整え、来訪者が「第2のふるさと」を育む関係づくりは、実証を通じて質を高めながら全国へ波及しています。
(モデル実証事業採択地域一覧MAP_P06 参照)

- 令和4年度** 19地域
全国でモデル実証を開始。「何度も通う旅」を軸に、人を中心とした関係構築と、継続来訪につながる仕組みの土台を形成。
- 令和5年度** 18地域
再来訪を促す仕組みを強化し、ヤド・マチ・アシの充実に向けて滞在環境と交通課題の実証を推進。受入体制の質を向上。
- 令和6年度** 12地域
多頻度来訪（4回以上）の実現に向け、複数回プログラムを構築。地域主体の自走化に向けた運営力と継続関係づくりを検証。
- 令和7年度** 16地域
先駆的モデルで自走化を検証し、地域の経済効果と持続性を強化。企業モデルを新設し、業務型共創による社会的価値も創出。

2 第2のふるさとづくり推進ネットワークの広がり

第2のふるさとづくり推進ネットワークには、本プロジェクトに関心を持つ地方公共団体（都道府県・市区町村）/DMO/民間事業者が参画しています。現在、参画者は全国で763団体（個人含む）に広がり、関係人口を育む「第2のふるさと」の実践が全国へと波及しています（令和8年1月末現在）。



第2のふるさとづくり推進ネットワークの詳細ページはこちら。



3 令和7年度の取組サマリー

令和7年度は、先駆的事例創出モデル8地域、企業版第2のふるさとづくりモデル8地域の計16地域でモデル実証を実施しました。

- (SUMMARY)
- 先駆的事例創出モデルは、地域との継続的な関わりが深化。人口の拡大と地域活性化にさらに近づいた。
 - 地域側では、デジタル技術の活用など新たなチャレンジも進展。
 - 企業版第2のふるさとづくりモデルでは、非日常の体験による刺激が企業活動に好影響。
 - 地域と企業の関わり方や関係深化の兆しや可能性が見られた。
 - 人材育成や地域との関係構築を目的として参加している企業から、継続来訪することの効果への期待が示された。



消費型ではない学びを得る旅



旅行者ではなく仲間になる旅



企業と地域が現場で学び合う旅


令和7年度

モデル実証事業採択地域一覧MAP


本年度までで延べ65地域でモデル実証事業を行いました。
令和7年度は、地域と来訪者が共に価値を生む関係をさらに深化させるため、
「先駆的事例創出モデル」および「企業版第2のふるさとづくりモデル」に取り組みました。

先駆的事例創出モデル


MAP 01
福島県二本松市
P.13
火山とともに生きる湯のまちから、歩いてつなく長く歩く道づくり




MAP 02
千葉県南房総市・鋸南町
P.13, 21
新たな地域産業創出につながる観光コンテンツ構築実証事業




MAP 03
長野県生坂村
P.14, 17
地域コミュニティ型エコシステム（リジェネラティブDAO）




MAP 04
富山県南砺市
P.17
南砺の伝統工芸の学びから、「土徳」に触れることで何度も訪れる地となる実証事業




MAP 05
石川県七尾市
P.17
のと物語共に紡ぐ復興のストーリー




MAP 06
石川県珠洲市
P.18, 21
復興関係人口による“心の絆”でつながる第2のふるさとづくり



MAP 07
和歌山県和歌山市
P.13
地域課題解決型観光開発和歌山モデル調査・検討事業




MAP 08
広島県三原市
P.21, 22
MACHIDUCREW DAOを活用した“第2のふるさと”祭り体験型ツーリズム構築事業




企業版第2のふるさとづくりモデル


MAP 09
北海道洞爺湖町
P.34
「トーヤの森」を核とした地域と企業の創発促進プログラム造成・実証事業




MAP 10
北海道浦幌町
P.30
うらほろアカデメイア2.0




MAP 11
新潟県南魚沼市ほか
P.34
雪国発越境学習プログラム帰る旅ビジネス人材クリエイターズCAMP




MAP 12
石川県七尾市・輪島市
P.35
能登半島地震復興ワークショップ




MAP 13
長野県千曲市
P.26
ワークショップ発「広域」レゴ系“プログラムを通した共創HUB




MAP 14
三重県大台町
P.35
「ラーケーションの日」とワークショップ連携による第2のふるさとづくり



MAP 15
島根県海士町
P.32
離島医療の魅力化による関係人口拡大PJ



MAP 16
香川県琴平町
P.26
地域課題に向き合い、共に創る第2のふるさと実証事業



● ブロック別地域一覧（年度併記）

【北海道】

北海道川上郡弟子屈町（R4）
北海道上川郡上川町（R6）
北海道虻田郡洞爺湖町（R6）

【東北】

福島県福島市ほか（R4・R5・R6）
福島県耶麻郡磐梯町（R4）
福島県二本松市（R6）
福島県双葉郡葛尾村（R5）

【関東】

栃木県那須郡那須町（R4）

埼玉県秩父市ほか（R4・R5・R6）
埼玉県比企郡小川町（R4・R5）
神奈川県足柄上郡大井町（R5）

【中部】

新潟県佐渡市（R4）
新潟県南魚沼市ほか（R4・R5・R6）
富山県南砺市（R6）
長野県小県郡長和町（R5）
長野県東筑摩郡生坂村（R6）
岐阜県下呂市（R4・R5）
富山県、福井県、鳥取県（R4）※3県連携

【近畿】

滋賀県栗東市（R5・R6）
京都府京都市右京区京北（R4）
京都府南丹市美山町（R4・R5）
兵庫県丹波篠山市（R5）
兵庫県美方郡新温泉町（R5・R6）
奈良県吉野郡吉野町（R5）

【中国】

鳥取県鳥取市ほか（R4）
島根県松江市ほか（R4）
島根県邑智郡邑南町（R4）
島根県江津市ほか（R5）

山口県下関市（R5）

【四国】

香川県仲多度郡琴平町（R5・R6）
香川県三豊市（R4）
愛媛県西条市ほか（R5）
愛媛県大洲市（R6）

【九州】

福岡県朝倉郡東峰村（R4）
熊本県阿蘇郡南阿蘇村（R4）

【沖縄】

沖縄県国頭郡国頭村ほか（R4・R5）

詳細はこちらからもご確認ください

<https://www.mlit.go.jp/kankoch/anewhometown/>



先駆的モデルの成熟と企業版への挑戦 「関係性」を軸に 第2のふるさとづくりは次の段階へ

「何度も地域に通う旅、帰る旅」の定着を通じて地域活性化を目指す「第2のふるさとづくりプロジェクト」は、今年度で4年目を迎えました。今年度は「先駆的事例創出モデル」8地域に加え、新たに「企業版第2のふるさとづくりモデル」8地域が始動し、計16地域での実証となりました。有識者会議の座長を務める東京女子大学教授 矢ヶ崎紀子先生に、先駆的モデルの成熟と企業版への広がりについて伺いました。



東京女子大学 現代教養学部 教授
第2のふるさとづくりプロジェクト座長
矢ヶ崎紀子さん

住友銀行、日本総合研究所上席主任研究員を経て、観光庁参事官(観光経済担当)(2008年10月~11年3月、官民人事交流)。首都大学東京(現・東京都立大学) 都市環境学部特任准教授、東洋大学国際観光学部教授を経て、2019年4月から現職。国土交通省交通政策審議会委員(2013-23年)・観光分科会長(2019-23年)。

——企業版も始動した今年度。まずは先駆的モデルについてお聞かせください。

先駆的モデル、いわゆる個人向けの取組は4年目を迎え、熟度が上がってきていると感じます。実践を重ねる中で進化も見られますし、何よりバリエーションが増えてきました。各地域の「ターゲットの絞り方」や「関係の築き方」の具体像が見え、他の地域もイメージしやすくなっています。これは大きな前進だと思います。

本プロジェクトの背景には、友人や親族を訪ねる旅行であるVFR(Visit Friends and Relatives)を増やす意図があります。それは「大事な人に会いに行く」というごく自然な動機から始まる旅のかたちです。目的地は必ずしも有名観光地ではなく、誰かが暮らす日常の地域。その土地ならではの自然や文化、暮らしに触れ、時間をともにする中で、地域は次第に「自分にとって特別な場所」へと変わっていきます。また、災害後などで何かあった時に真っ先に帰ってきてくれる需要としても重要です。平時の関係づくりは、非常時の支えにもなるのです。こうした関係性を育てる旅を観光政策として位置づけたものが、第2のふるさとづくりプロジェクトです。

——新たに見えてきた特徴や傾向はありますか？

訪問する側だった方が、やがて受け入れる側へと役割を変えていく兆しも見えてきました。地域側も「どう迎えるか」だけでなく、「どう関係を続けるか」を意識するようになり、単なる体験提供から関係づくりへと、明らかに重心が変わっています。関係人口という言葉が理念にとどまらず実感を伴うものとなり、数を追うのではなく関係を丁寧に育てるという考え方が、少しずつ形となって成熟してきたと感じています。この進化をデジタル技術の活用が支えています。また、新しい需要を地域全体で育てようとする中で、受け入れ体制が高度化してきた点も印象的です。ターゲットを絞り、丁寧に向き合うことで、結果的に地域の基盤が磨かれていく。これは想定以上の効果でした。

——企業版の可能性については、どうお考えですか？

企業版は始まったばかりですから、もう少し経験値を重ねないと見えてこない部分はありますよね。ですが今後どんなパターンが出てくるのか、私もワクワクしながら見えています。

企業版は、個人向け以上にバリエーションが広がる可能性があります。福利厚生の一環として従業員のウェルビーイングを高めるケース、新規事業の構想フィールドとして活用するケース、研修をきっかけに個人として地域と関わり続けるケースなど、多様な展開が考えられます。

企業が従業員にとっての“サードプレイス”を地域に見いだすこともあるかもしれません。若手社員が一度視野を広げ、心の余裕を持てる場になる。結果として人材の定着につながる可能性もあるでしょう。もちろん企業ごとに事情は異なりますが、そうした余地は感じています。デジタル技術の活用も進んでいます。

——企業版と先駆的モデルとの違いはどのようなところにあるのでしょうか？

個人が地域に関わる場合、そこには情緒的な動機が働きます。人との出会いの中で、偶発的に関係が深まっていく。いわばセレンディビティが起きやすい。一方企業は、より明確な判断軸を持ちます。自社にとってどのような価値があるのか、人材育成や事業創出につながるのか。社内外への説明も必要で、意思決定はドライです。そのため企業版では、

偶発性ではなく、地域側が成果を意図的に引き出していく力が求められる。そこが改めて浮き彫りになりました。

私は、企業版第2のふるさとづくりは「観光地経営」に取り組んできた地域と親和性が高いと感じています。観光はビジネスであり、資源をマーケットに提示し、収益化し、再投資の循環をつくる営みです。一方で地域づくりは、相互扶助や協働を基盤とします。

この“ビジネス”と“助け合い”という一見異なる論理を、地域らしくマネジメントできているかどうか。その経験がある地域ほど、企業との関係も設計しやすいはず。

——企業版に取り組む地域は、どのような部分を意識すると良いのでしょうか？

地域が「企業の言葉」で自らの価値を語れるかどうか重要になってくると感じています。企業にとってのメリットを、企業が使う概念で説明できるか。「なぜこの地域なのか」という必然性を設計できるか。これは、一次産業の担い手や地域の事業者の努力だけに委ねられるものではありません。企業の言葉や思考を理解し、それに沿って地域資源を翻訳し、マッチングする存在が必要になります。その意味で、地域

と企業をつなぐインターメディアリーの役割は、これまで以上に大きくなっていくと感じています。

これは具体的に見えてきた一つのハードルだと言えるでしょう。もともと、そのハードルが明確になったこと自体が、今年度の成果とも言えます。課題が明確になったことで、次に取り組むべき方向性も見え始めているからです。

——最後に、今後、地域が取り組むうえで重要になる視点をお聞かせください。

地域に求められるのは、自らの資源や魅力を、関係性構築の観点からあらためて見つめ直し、それをどう位置づけ、誰と結び合わせていくのかを考える視点ではないでしょうか。

同時に、地域は自分たちに合った企業を見極める視点も持たなければなりません。すべての企業を受け入れるのではなく、どのような関係を築きたいのか、どのような未来をともに描きたいのかを考える。そのためのナレッジが、いま各地で蓄積され始めている段階にあると感じています。

また、関係人口づくりの事業単体で利益を生み出すことは容易ではありません。地域全体としての採算の考え方や手法を見定め、無理のない持続可能な形を探っていく。その現実的な視点も、これからは欠かせないでしょう。

先駆的モデルは成熟へ、企業版は探索へ。それぞれが動き始めたことで、第2のふるさとづくりプロジェクトは理念の段階から、実装と発展の段階へと着実に歩みを進めています。

KEY POINTS

- ✓先駆的モデルは「体験」から「関係づくり」へと深化
- ✓企業版モデルは、地域が「企業の言葉」で価値を語れるかが鍵
- ✓ターゲットの明確化と、インターメディアリーの機能強化が重要に
- ✓地域ごとの損益分岐点を見極め、持続可能な仕組みを設計する



先駆的事例 創出モデル

令和4年度よりモデル実証を行っている「第2のふるさとづくりプロジェクト」は、「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルを推進・定着させ、交流・関係人口のさらなる創出と地域活性化を目指し、取り組んできました。

今年度は「先駆的事例創出モデル」(以下、先駆的モデル)とし、地域への経済効果の拡大および観光事業としての持続可能性の向上を目的に、地域が主体となって運営し、次の展開につなげていくための再現性のあるモデルとして推進しました。

(INDEX)

CATEGORY ① 地域主体の体制づくり → P.12

- ・地域が目指すコミュニティイメージや課題の共有と合意形成
- ・継続的な来訪を、地域経済につながる仕組みへと発展させていくことを意識した取組

CATEGORY ② 再来訪を生む仕組みづくり → P.16

- ・ターゲットを明確にし、ニーズに合ったプログラムを設計
- ・「また行きたい」「関わり続けたい」と思える、地域との関係性を育てる工夫

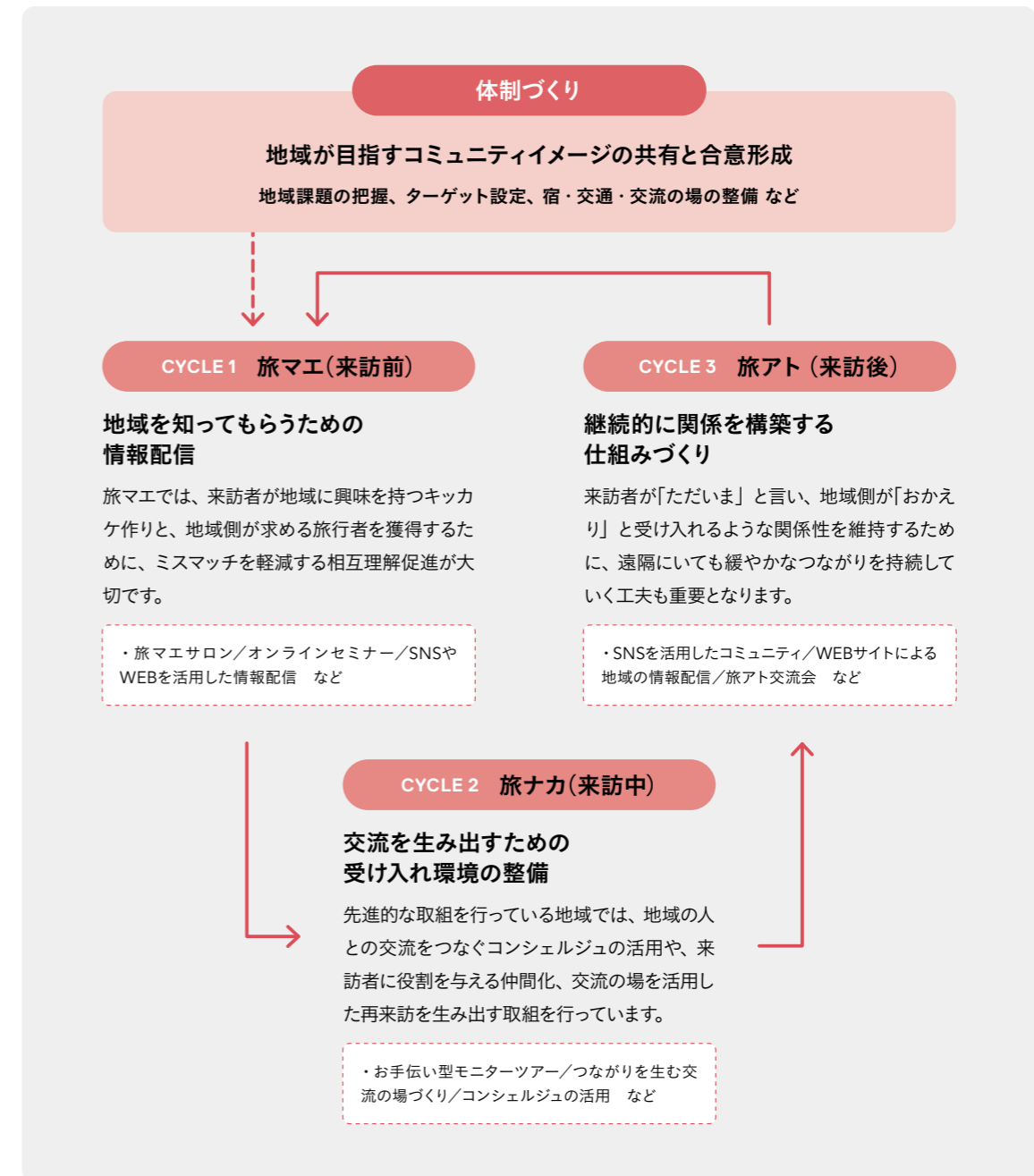
CATEGORY ③ 自立と持続に向けた取組 → P.20

- ・DXも活用し、オンラインとリアル双方で継続的な関係性をつなぐ場を用意
- ・既存の取組や他分野とも接続し、事業に閉じない循環型の仕組みを構築

先駆的モデルが取り組む

再来訪を生み出すための循環型サイクル

本事業が目指す地域資源を活用した新たな仕掛けづくりや地域活性化、再来訪による交流・関係人口の拡大のためには、既存のツーリズムの延長ではなく、地域がありたい姿を語り合い、主体的に取り組める体制を構築する必要があります。その上で、再来訪を生み出す旅マエ・旅ナカ・旅アトの3つの観点で切れ目のない取組を行っています。



令和3年10月に本プロジェクトに関する有識者会議を設置し、取組の方向性等を整理した上で、令和4年度より先進事例の創出に向けて、実証事業を実施(モデル実証事業採択地域一覧MAP_P06 参照)。

CATEGORY 1

地域主体の体制づくり

～共創を支えるチームづくりとコミュニティ運営～

「第2のふるさとづくりプロジェクト」では、地域と継続的に取組を進めるための体制づくりが不可欠です。地域内での合意形成やPR・集客、再来訪を促す仕掛けづくりなど、準備すべき要素は多岐にわたります。

観光分野に限らず、他部署や民間団体と連携し、既存事業とも接続しながら、地域全体で取組を支える運営体制を構築してきました。

体制づくりにおける 3STEP

STEP 1 関係者との目的の共有

関係部署や地域事業者、住民と一緒に、本プロジェクトの目的や目指す姿を共有。あわせて、地域の課題や既存プロジェクトとのつながりや連携の可能性も確認し、観光に限らず他職種・他部署との関わり方を意識する。



STEP 2 推進チームと運営体制の整備

実務を担うコアメンバーを中心にチームをつくり、役割分担や意思決定の流れを整理。必要に応じて外部人材や専門家も活用し、地域内外の知見を取り入れて取組を円滑に進めることを意識する。

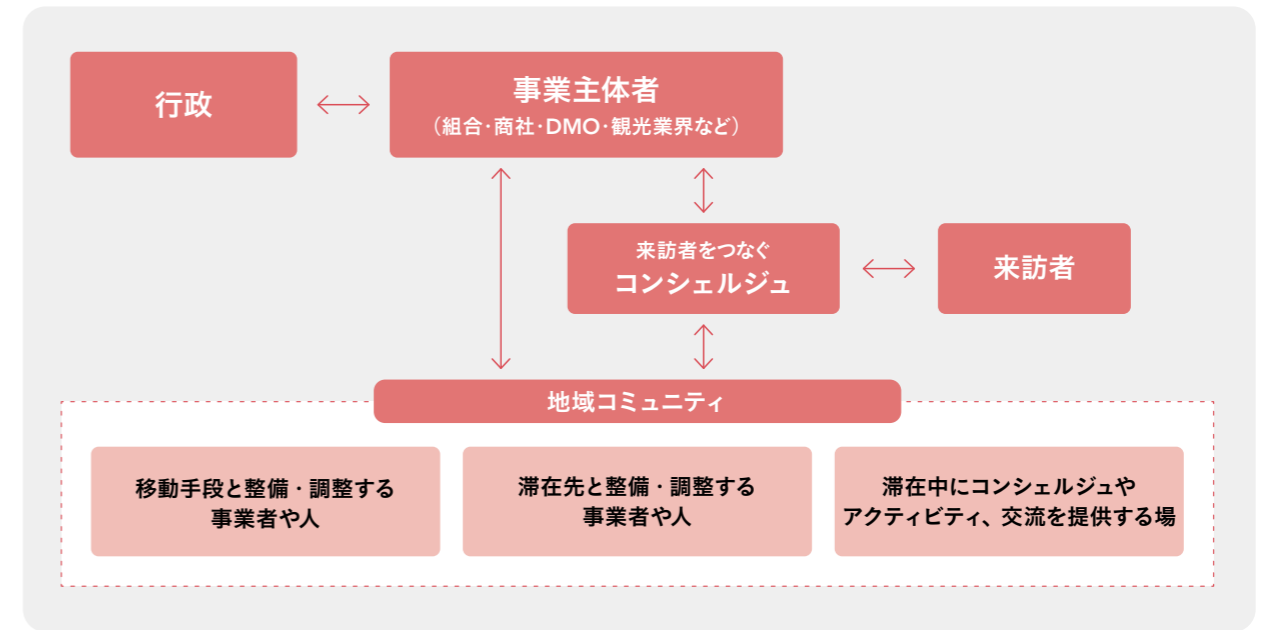


STEP 3 来訪者も仲間にするコミュニティづくり

来訪前後の情報発信やコミュニケーションを通じて、地域との関係を一度きりで終わらせない仕組みをつくる。さらに、来訪者が共創の仲間として参加できる場を用意し、他の取組や既存事業とつなげながら、再来訪や継続的な関与につなげる。



● プロジェクト体制図例



● 事例紹介

MODEL 01 千葉県 南房総市・鋸南町

自治体連携で描いた、新しい地域産業の可能性

南房総市と鋸南町が連携し、千葉・内房沿岸を「房総西海岸(BOSO WEST COAST)」として統合ブランド化。地域資源を活かした洗練された観光コンテンツの開発と「ローカル・ビジネス Boot Camp」を展開。広域連携による無理のない推進体制のもと、既存施策とも連動しながら人材育成を進め、新たな地域産業の可能性を可視化した。



MODEL 02 福島県 二本松市

火山とともに生きる湯のまちから、歩いてつなぐ関係づくり

火山である安達太良山の景観と温泉文化を背景に、「歩く」ことを軸とした関係人口づくりを実施。行政・DMO・事業者・専門家が連携し、誘客ではなく「歩く・滞在する・学ぶ」体験を通じて地域価値を伝える設計とした。事前の丁寧な合意形成により役割分担が明確化され、昨年度の来訪者がガイドとして運営側に回り再来訪するという好循環を生んだ。



MODEL 03 和歌山県 和歌山市

産学連携で築く、課題解決型観光の基盤

産学連携の枠組みのもと、地域内外の企業や大学と協働し、関係人口の創出と滞在型観光の推進に向けた体制を構築。都市圏企業や大学と連携し、ターゲット層を明確化したうえでモニターツアーや旅マエ講座を展開し、「学び」を軸に継続的な来訪へとつなげた。空き家活用や二地域居住の検討とも連動し、観光を手段とした地域課題解決と持続可能な観光地経営を見据えた実行力ある基盤が構築された。



PICK UP

地域主体で育てる第2のふるさとづくりの体制設計

長野県生坂村



コンソーシアム形式で推進

生坂村における

リジェネラティブ・ツーリズムの進化



INFORMATION

長野県生坂村 生坂村観光協会ほか



生坂村観光協会を中心に、合同会社HiTTiSYOをはじめとする複数の企業・専門人材が参画するコンソーシアム形式で推進。本年度のテーマは「地域と旅人が協働で未来をつくるリジェネラティブDAO（分散型自律コミュニティ）構想」。

自治体×企業の コンソーシアム形式による基盤づくり

長野県生坂村は人口約1,600人、県内の市町村では5番目に小さな村。令和5年に環境省の「脱炭素先行地域」に選定され、「ゼロカーボンシティ宣言」を発出。令和6年から第2のふるさとづくりに参画した。観光ありきではなく、村が目指す未来を出発点に、自治体と複数の民間企業・専門家がコンソーシアム形式で連携する体制づく

りが特徴に挙げられる。

地域課題を解決する リジェネラティブ・ツーリズムの造成

軸となるテーマは、生物多様性の回復や自然再興を目指すネイチャーポジティブと、何度も訪れたいくなるふるさとづくり。昨年「旅するいきもの大学校！」と題した、住む人と訪れる人が共に地域課題を解決するリジェネラティブ・ツーリズムのプログラムを造成。第1期となる昨年度は、半年間で全6回の連続講

座を実施し、生きもの調査や自然再生を学び、修了者を「生坂村公式自然研究員(フェロー)」として認定した。講師や地元ガイド、運営スタッフを含め総勢50名が今も活動を継続している。このプログラムの実績が評価され、観光庁「サステナブルな旅アワード特別賞」、JATA「SDGsアワード(環境部門) 優秀賞」を受賞するに至った。

専門性を持つ外部と 地域の役割分担

2年目となる今年度は、生坂村観光協会を中心に、合同会社HiTTiSYOをはじめとする複数の企業・専門人材が参画するコンソーシアム形式で推進。ブランディングや地域活性化の知見を活かし、地域と外部の調整役を担う企業、ツアー造成や共創プロセス設計を担当する旅行会社、制度や将来展開の助言を行う法律・IT分野の専門家など、それぞれが明確な役割を持ち、チームでプログラムを推進している。

観光ありきではなく村が目指す未来を出発点に、地域の方針や既存施策、関係部署の

取組を整理。その上で「どのような関係性を育てるか」を軸に体制を設計したことが、意思決定をスムーズにする効果的な仕組みとなっている。

地域の複数のプレイヤーが 役割を担い「新たな地域産業」へ

プログラム終了後も、オープンチャット等で近況を動画付きで発信するなど、旅アトのコミュニケーションを活発に行うことも関係を継続・定着させる上で大変有効だ。実際に、有志によるドネーションが自然発生的に行われるなど、互助的な関係も生まれ、参加者と地域の関係性が強化されているという。

また昨年度フェロー認定を受けた人の一部が、来訪者の相談役や案内役となり、コンシェルジュ的な役割を担い始めているほか、地域住民も徐々に運営側に関わるようになり能動的な関与が増えたことは、第2のふるさとづくりとしての大きな成果の一つと言えるだろう。こうした役割の重なりが、関係性を資源へと転換させ、新たな地域産業の芽を育てつつある。

来訪者を仲間へ そして、関係人口化を目指す

来訪者を一時的な参加者としてではなく、価値を地域と共に築く仲間として迎え入れることを重視している。関わり深まりに応じて役割が生まれ、地域との距離が徐々に縮まることで、関係人口へと自然に移行していくプロセスを丁寧に設計した。今年度は、参加者が提案や意思決定に関わる地域コミュニティ型エコシステム(リジェネラティブDAO)の検討を開始。DAOを単なる技術としてではなく、「役割を持って関わる」という考え方として位置づけ、関与の多様化への兆しが生まれている。来年度からは、地域おこし協力隊OBが「創造の森」の運営主体となることも決定し、地域内の複数プレイヤーが役割を分担する体制が整いつつある。さらに、こうした役割の広がりは外部人材に限らず地域側の意識変化も促し、来訪者と地域住民が対等に関わり共に場を育てる協働が、地域に根ざした産業創出への手応えとして表れ始めている。



▲「にわにわ自然養鶏」の協力のもと、飼育体験や卵の収穫、食の循環を通じて、村民と訪問者が「地域の一員」として関わる場ができた。



▲ 村長や役所の皆さんも、来訪者との交流や、直接的な意見交換を通じて「共につくる」姿勢を重視している。

CHECK!

生坂村が 実践している取組

Summary of Initiatives



POINT 1

再来訪へのモチベーションを 上げる研究員認定制度

プログラムの最終回に村公認の「生坂村公式自然研究員(フェロー)」になれることが大きな特徴。参加者に、地域の魅力を伝えるという役割ができ、来期以降の参加や再来訪のモチベーションにも寄与する。



POINT 2

地域や主催者、住民と 参加者の交流

プログラムへ参加するだけでも、学びや参加者同士の共有は生まれるが、地産地消のおいしいものを食べながらのフラットな交流はさらなる地域への愛着と仲間意識の造成につながる。



POINT 3

コンソーシアムを生かした PRやクチコミの活用

参加者の好奇心をくすぐるサイトデザインの作成及び、連携企業による相互発信や講師・アドバイザーによる紹介や口コミ、首都圏での事業ピッチなどを組み合わせてPRを展開。

CATEGORY 2

再来訪を生む仕組みづくり

～体験を関係に変え、来訪者を担い手へ～

本プロジェクトでは、来訪者を一過性の観光客で終わらせず、地域の関係人口へと育てることを目指してきました。

鍵となるのは、初回訪問から次の来訪につなげる設計です。

それにより、訪れるたびに人や活動との接点が増え、「また来たい」「関わり続けたい」という意識が育まれます。

今年度は特に、旅マエ・旅ナカ・旅アトを一体で捉え、再来訪を自然に促す仕組みづくりに注力しました。

再来訪を生む仕組みづくりにおける 3STEP

STEP 1 再来訪につながるニーズを捉える

過去の来訪者の声や行動から、再び訪れるきっかけとなる要素を整理する。「会いたい人がいる」「何度も味わいたいものがある」「通うほど深まる学びや体験がある」など、継続的な来訪につながるニーズに着目し、ターゲット像を描く。



STEP 2 発見が積み重なる体験を配置する

地域の魅力を、目的となる大きな魅力だけでなく、旅の途中で出会う魅力や、行って初めてわかる魅力として設計する。来訪者が「自分で見つけた」と感じられる体験を用意することで、地域への愛着や語りたくなる気持ちを育て、再来訪の動機につなげる。



STEP 3 関係が深まる動線をつくる

来訪前後の情報発信や交流を通じて、関係が一度きりで終わらない流れを整える。何度訪れても新たな発見や関わりが生まれるよう、来訪者が共創の仲間として参加し続けられる関わりしるを用意し、継続的な来訪へとつなげていく。



● プロジェクトにおけるチェック項目5つ

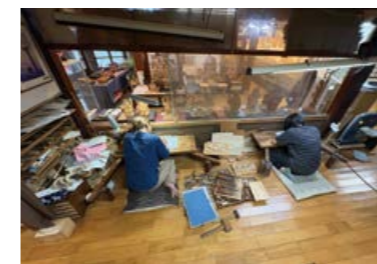
- 再来訪につながる動機や動線が設計されているか
- 旅マエの情報発信や事前の交流によって、期待値調整ができていないか
- 来訪者と地域側の関係が深まる「関わりしる」が用意されているか
- 旅ナカ・旅アトを通じて、反応を踏まえた調整・改善ができていないか
- 行ってみてこそ気づく地域の魅力が、体験の中に織り込まれているか

● 事例紹介

MODEL 01 富山県 南砺市

“土徳”に触れるプログラムが、再来訪の理由になった

井波彫刻・五箇山和紙・福光麻布という伝統工芸の学びを軸に、南砺市に根付く精神性「土徳」に触れるプログラムを実施。ものづくりの技や背景にある暮らし・価値観まで体感する設計としたことで、参加者の意識に変化が生まれた。単発の体験で終わらず、「また戻りたい」「関わり続けたい」という動機が育ち、再来訪や関係継続につながっている。



MODEL 02 石川県 七尾市

共感を軸に、物語でつながる関係人口づくり

震災復興の過程にある七尾市では、地域の歴史や文化、いまの暮らしを「の物語」として丁寧に編み直す取組を展開。訪問者が知識を得る側ではなく、共に感じ、語り継ぐ存在になる構成が特徴だ。旅アトもイベント参加やオンライン交流が続き、日常の中で地域を思い、関わり続ける関係人口が育まれている。



MODEL 03 長野県 生坂村

再来訪を自然に促す、参加者の役割と関わり方

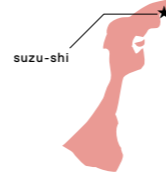
地域コミュニティと連動し、参加者が役割を持って関われるプログラムを設計。生きもの調査や環境づくりに加え、最終回には村公認の「生坂村公式自然研究員(フェロー)」に認定される制度を導入。地域の魅力を伝える役割を担うことで、関係が一過性で終わらず、修了後も続き、再来訪と関係人口の定着を生んでいる。



PICK UP

“心の絆”が再来訪を生む復興関係人口から育てる第2のふるさとづくり

石川県珠洲市



地域と関係人口が
ともに復興支援を支える
第2のふるさとモデル



INFORMATION

石川県珠洲市
珠洲市役所ほか



地震と豪雨で被災した珠洲市を舞台に、復興に関わった人々との“心の絆”を起点とした第2のふるさとづくりを展開。再来訪を前提とした関係人口の創出を通じて、地域の復興と持続的な経済活性化につなげている。

支援の「その先」を見据えた復興関係人口の育成

石川県珠洲市は、令和6年元日に発生した能登半島地震、さらに豪雨災害により甚大な被害を受けた地域である。そんな珠洲市を全国からこれまで復旧・復興の力になりたいというボランティア延べ約4万人が訪れ、支援活動に携わってきた。すでに強い関係性が育まれている支援者と、これから地域と関わりたいと希望する方を対象に、

「里山里海の再生、そして最先端の復興へ。地域の課題を共に乗り越え、心の絆でつながる皆様と一緒に、珠洲を元気にしていきたい」、そんな思いからスタートしたのが今年度の「心の絆」でつながる第2のふるさとづくりだ。

地元の人と参加者が一緒に地域活性化に取り組むプログラムとなっており、約半年という期間で複数回の現地来訪の機会を創出。オンライン参加を組み合わせた設計とし、単発の参加ではなく、継続的な関与を



◀◀道の駅の魅力向上と人員不足の課題解決を目指す

◀◀「上黒丸の魅力ってなんだろう？」と語り合う、濃くて楽しい作戦会議

本事業では、各プロジェクトにリーダーを配置し、参加者一人ひとりに明確な役割を設定した。また、地域コーディネーターを介した定期的な対話の場を設け、「顔を覚え、覚えられる」関係性の構築を重視している。活動の様子はSNSやオープンチャットで継続的に共有され、旅アトのコミュニケーションも活発だ。こうした関係の積み重ねから、自然発生的なドネーションや相談対応といった互助的な動きも生まれ、復興関係人口が第2のふるさと関係人口へと移行し始めている。

また、宿泊数や消費額といった数字には表れないものの、地域の持続可能性を支える定性的な効果もある。継続的な交流は、地元側に新たな生きがいを、参加者には利害関係のない「第3の居場所」をもたらし、双方に精神的な充足を生み出している。こうした関係は、人と地域を深く結びつける、何事にも代えがたい「心の絆」となっている。

前提としている点が大きな特徴だ。

再来訪を前提に設計された、参加型プロジェクトの展開

本事業では、地域課題の性質が異なる三つのプロジェクトを軸にプログラムを構成した。高齢化が進む集落を舞台とした「農村魅力発信プロジェクト(上黒丸)」、珠洲市の玄関口である道の駅を拠点とした「観光拠点再生プロジェクト(すずなり)」、そして約二千年の歴史を持つ「須須神社支援プロジェクト」である。いずれも、複数回の現地来訪とオンラインでの継続的な対話を組み合わせ、関わりを重ねる中で役割が生まれる設計とした。参加者は作業者ではなく、地域の一員として議論や意思決定にも関わりながら、復興のプロセスそのものを共に担っている。

必要とされているという実感が再来訪につながる

なかでも上黒丸地区は、人口約150人、高齢化率70%を超える超過疎集落である。震災後、里山や棚田の維持が困難になる中、参加者は地域のシニア世代と共に農作業や環境再生に取り組み、さらに商品開発や販路検討といった挑戦にも関与してきた。「ありがと

う]「また来てほしい」という言葉が、次の来訪動機になり、支援ではなく共に活動するという関係性が育まれている。単なる体験ではなく、自分の存在が地域に役立っているという実感こそが、自然な再来訪を生む原動力となっている。

顔の見える関係が、復興関係人口を定着へ導く

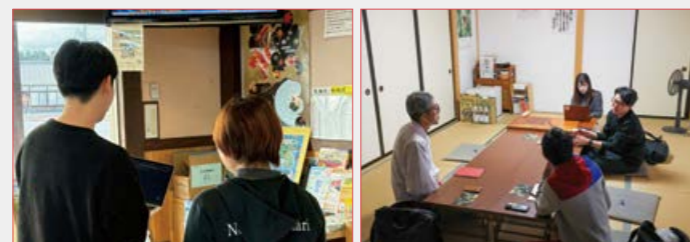


▲住民と一緒に取り組むことで、地域の一員になれる

CHECK!

珠洲市が実践している取組

Summary of Initiatives



POINT 1

複数回参加を前提としたプログラム設計

現地参加とオンライン参加を組み合わせ、無理なく関わり続けられる設計に。再来訪の心理的ハードルを下げている。



POINT 2

参加者に役割を与えるプロジェクト運営

単なる体験者ではなく、実践の担い手として関わることで、地域との関係性が深まる。



POINT 3

地域コーディネーターを介した継続的な接点づくり

定期的なコミュニケーションを通じて、顔の見える関係を育み、関係の定着につなげている。

CATEGORY 3

自立と持続に向けた取組

～関係が力に変わる、循環型の仕組み～

再来訪を通じて生まれた関係性を、地域の力としてどう育て、広げていくか。
「第2のふるさとづくり」を一過性の取組で終わらせず、将来的な地域の資産とするためには、
限られた担い手だけに依存しない構造が必要です。

本プロジェクトでは、来訪者同士や地域内の複数プレイヤーが役割を分担し、関係性が循環していく仕組みに着目。
持続性につながる可能性を検証しています。

自立と持続に向けた 3STEP

STEP 1 来訪者を「参加者」から「仲間」へ

再来訪者や関係性の深い来訪者を、受け手としてではなく、共に
つくる側として位置づける。プロジェクト参加、スキル提供、副
業的関与、コミュニティ参画など、関与の段階を可視化し、自然
に一步踏み込める仕組みを用意する。来訪者が地域で役割を持
つことで、関係性が継続しやすくなる。



STEP 2 継続的な関係性をつなぐ「場」を用意

来訪後も関係が途切れないよう、関心や関わり方に応じた複数の
「場」を用意する。オンラインコミュニティやイベント、プロ
ジェクトなどへの参加を組み合わせ、無理なく出入りできる設計
とする。場をつくるだけでなく、継続的に運用できる体制を整え
ることが、自走と持続につながる。



STEP 3 地域内で役割を分け、循環する仕組みを描く

行政・事業者・中間支援者・来訪者など、複数のプレイヤーが役
割を分担しながら関わる構造を意識する。宿泊、体験、交流、情
報発信などが連動し、地域内で異なる収益や価値が生まれる形
を目指す。一つの事業に閉じず、既存の取組や他分野と接続する
ことで、「第2のふるさとづくり」が地域に根づく基盤をつくる。



● プロジェクトにおけるチェック項目5つ

- 来訪者が担い手・仲間へと移行していける関わり方が整理されているか
- 来訪者同士のつながりや、紹介・発信が自然に生まれているか
- 来訪後も関係が続く場(コミュニティ等)が運用されているか
- 他の地域事業と接続し、地域全体の取組として広がりが見えているか
- 地域内の複数プレイヤーが役割分担して関わっているか

● 事例紹介

MODEL 01 石川県 珠洲市

復興関係人口を、地域の担い手へ

復興支援に関わった人々を、一過性の支援者で終わらせず、地域の担い手として位置づけた珠洲市。複数のプロジェクトを用意し、役割を持って継続的に関われる設計とした。「支援する/される」を超え、心のつながりを基盤とした関係性が生まれ、復興と第2のふるさとづくりを結びつける持続的なモデルが地域の未来を共に作る仕組みができつつある。



MODEL 02 千葉県 南房総市・鋸南町

単年度で終わらせないブランドの深化

実証で得た成果や課題を整理し、「房総西海岸(BWC)」を一過性で終わらせない視点を地域内で共有。海辺再生「ビーチクラブ」により「洗練された観光地」としての認知向上を実現しつつ、遊休資産の利活用を進める先進モデル地域への転換を図っている。さらに、新たな挑戦が生まれやすい空気を醸成しつつ、自立的で持続可能な産業基盤が整いつつある。



MODEL 03 広島県 三原市

祭りを入口に、自立した関係人口を育てた

DAOを活用し、市外・県外の人々が祭りの担い手として関わる仕組みを構築。旅マエから学び、旅ナカで実践し、旅アトも関係が続く設計とした。参加者は“来訪者”ではなく“クルー”として地域とつながり、主体的な関わりが継続。自立と持続を見据えた関係人口モデルを示した。地域運営の新たな選択肢を提示した点も大きい。



PICK UP

DAOを活用した自立・持続型の第2のふるさとづくり

広島県三原市



祭りを入口に
“関わり続ける担い手”を生む
仕組みづくり



▲ 人力車やサイクリング、散歩などで三原の暮らしを深く体感する旅

▲ DAOを活用し、やっさ踊りのチームを結成して出場

本事業の中核となるのが、まちづくりコミュニティアプリ「MACHIDUCREW DAO(まちづクルー・ダオ)」である。DAOは、特定の管理者に依存せず、参加者同士が主体的に運営に関わる分散型の仕組みだ。

クエストをクリアすることでポイントが貯まり、レベルアップしていくゲームのような設計により、楽しみながら関与を深められる点が特徴となっている。

旅マエには、三原や祭りに関するクイズへの挑戦や、SNSでの発信などを通じて「YAS SAコイン」を獲得。来訪前から地域への理解と愛着が育まれ、関係性づくりが始まっていく。

祭りの内側に入る体験で関係性を深める

実際の来訪時には、踊り手として祭りに参加するだけでなく、屋台や運営のサポート、集客の手伝いなど、祭りを支える裏方の役割も担う。初めての参加であっても、地域の一員として迎え入れられ、地元の人々と共に汗

をかく体験が用意されている。

祭り後には振り返りの場を設け、参加証明としてNFTを発行。得られた気づきやアイデアは次回の祭りに反映され、関係が一度きりで終わらない循環を生み出している。獲得したコインは次回の来訪時に体験メニューや特産品と交換でき、再来訪の動機づけにもつながっている。

“クルー”という役割が自立と持続を支える



▲ 祭り以外にも、地域の魅力を体験できる歴史文化&瀬戸内体験ツアーを用意

三原市の取組が示すのは、「来てもらう」観光客から「一緒につくる」関係人口への転換だ。DAOを通じて役割が可視化され、参加者は“まちのクルー”として主体的に地域と関わるようになる。

その結果、祭り運営の担い手不足という課題に向き合いながら、心の絆を育み、経済活性化にもつながる持続的な関係性が育ち始めている。祭りという地域資源を核に、デジタルとリアルを行き来しながら関係性を積み重ねていくこのモデルは、第2のふるさとづくりにおける「自立」と「持続」を体現する実践例と言えるだろう。とくに本事業では、祭りという非日常の場を「一度きりのイベント」ではなく、継続的な関係形成の起点として再定義した点が特徴である。参加者は役割を担い、感謝され、次の改善に関与することで、自身が地域に必要とされている実感を得ていく。

また、DAOを活用することで、来訪前後の関係性や貢献の履歴が可視化され、行政や地域団体にとっても担い手育成のプロセスを共有しやすい。こうした仕組みは、特定の人に負担が集中しがちな祭り運営を分散し、地域全体で支える体制づくりにも寄与している。

INFORMATION

広島県三原市
株式会社
まちづくり三原



「MACHIDUCREW DAOを活用した“第2のふるさと”祭り体験型ツーリズム構築事業」と題し、地域に根づく祭り文化を軸に、DAO(自律分散型組織)を活用した参加型の第2のふるさとづくりを実施。

担い手不足という地域課題を解決し祭り文化を未来へつなぐ

広島空港や新幹線駅を有する三原市は、企業城下町として発展してきた一方、日常的な観光地ではない。しかし、「やっさ祭り」「浮城まつり」「神明市」など、季節ごとの祭りには市内外から多くの人が集い、まちが一気に活気づくという特徴を持つ。一方で近年は、踊り手や運営スタッフの高齢化・減少が進み、祭り文化の継続が大きな

課題となっていた。

市外・県外には「地域と深く関わりたい」「ローカルな課題解決に関わりたい」という関心を持つ人も多い。そうした人々を一過性の観光客ではなく、「担い手」として迎え入れるにはどうすればよいのか。その問いから、三原市の第2のふるさとづくりは始まった。

DAOを活用した遊ぶように関わるための仕組みづくり

POINT 1

参加を“見える化”して主体的な行動に

既存インフラとして稼働中のDAOやデジタルコミュニティで関わるの量・内容を可視化。旅マエから旅アトまで、参加者が自発的に動きやすい環境を整備。



POINT 2

旅ナカの関係性消費で地域に定着

祭りへの参加や屋台体験、地元チームとの協働など、旅中の活動で「関わる楽しさ」と「地域貢献」を体感。単なる観光消費にとどまらず、繰り返し参加したくなる関係性消費を自然に定着させる。



POINT 3

関係性を土台に自走化を目指す

これまで培ってきた市内・民間・地域の関係性を土台に、すでに合意形成と実務運営を両立できていることも三原市の特徴。今後も、地域の目線を揃えた持続可能な関係人口モデルを目指していく。



CHECK!

三原市が実践している取組

Summary of Initiatives

企業版 第2のふるさとづくり モデル

昨今、企業のワーケーションに対する関心が二極化している一方、地方への関心の高まりは企業へも普及しており、地域課題への接点を求め、地方とのより深い関係の構築を模索する企業が増加傾向にあります。

観光庁では、地域と企業の結びつきをより強固なものとし継続的な来訪に繋げる『企業版第2のふるさとづくり』として、企業と地域の関係人口化を目指し、より企業側の満足度の高いプログラム造成を行うモデル実証を行っています。

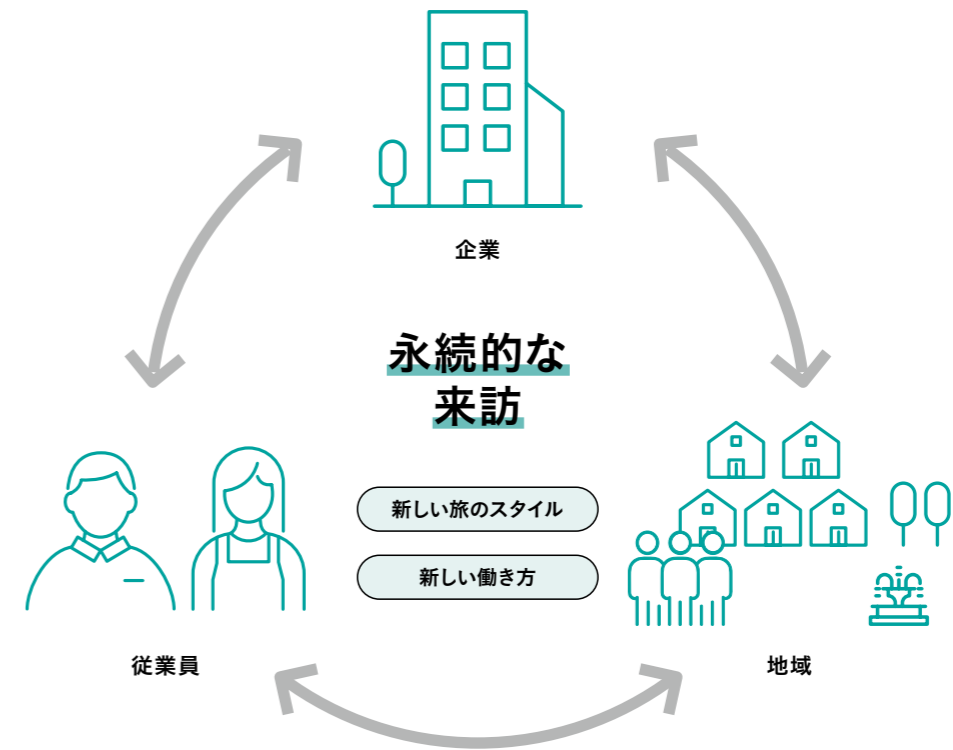
「新たな旅のスタイル」や「新しい働き方」に取り組むことで、企業、従業員だけでなく、受入側となる地域にもその効果が想定され、まさに「三方よし」の持続可能な取り組みになると考えられています。

(INDEX)

- CASE 01: 香川県琴平町 → P.26
- CASE 02: 長野県千曲市^{ほか} → P.28
- CASE 03: 北海道浦幌町 → P.30
- CASE 04: 島根県海士町 → P.32
- CASE 05: 北海道洞爺湖町 → P.34
- CASE 06: 新潟県南魚沼市^{ほか} → P.34
- CASE 07: 三重県大台町 → P.35
- CASE 08: 石川県七尾市・輪島市 → P.35

INTRODUCTION

企業版第2のふるさとづくりの取組



企業側のメリット

- ・有給休暇の取得促進
- ・離職率の低下にも結び付く効果
- ・優秀な人材の確保や採用
- ・人材の流出を抑制
- ・新しいアイデアやビジネスイノベーション創出の原動力に繋がる効果
- CSRやSDGsの取り組みによって企業価値が向上し、従業員エンゲージメントが高まる
- ・地域との関係性構築によるBCP対策や地方創生の寄与

地域側のメリット

- ・地域の課題解決への寄与
関係人口の拡大や企業との関係性の構築
- ・遊休施設等の活用
- ・新たな関係人口創出を推進
研修等の受入プログラムを継続的に実施するなどして、地域課題の解決や地方創生の要素を取り込み、地域ビジネスや経済を活性化させるといった活動を通じて推進

次頁からは、今年度実践した地域の事例を紹介します。実践から得られた気づきや視点を共有し、企業と地域の間を次の段階へ進めるためのヒントを探ります。

CASE
01

観光まちづくりを軸に、企業とともに“実証する”第2のふるさと
香川県琴平町



歴史・文化・人が近い町で
企業の次の一手を、地域と描く
滞在型共創モデル



▲ 企業ニーズに合う体験コンテンツを造成

ユーザーの反応がすぐ返ってくる実証フィールドとなる。新規事業やサービスを試す場として最適で、過去のプログラム参加企業からも「町を舞台に実験的に立証できる」「関係機関の協力が得やすい」という声が寄せられている。

また、単発の研修や視察で終わらず、再来訪を前提とした反復型の関係設計が特徴だ。企業との関係を「旅マエ・旅ナカ・旅アト」の三段階で設計し、旅マエでは、企業ヒアリングを通じて実証テーマを設定。旅ナカでは、地域キーマンとの対話や現場視察、実証活動を実施。旅アトでは、成果の言語化と次回接続の設計を行う。観光地という開かれた舞台を活かしながら、企業にとっても実践的な学びと検証の場となるプログラムへと昇華させている。

観光まちづくり×企業共創で
自社の強みを考えるきっかけに

滞在プログラムでは、役員担当者との意見交換、地域コーディネーターによる歴史・文化のインプット、町内で新たな挑戦を続ける事業者の視察などを組み合わせる。観光を「見るもの」から「共につくるもの」へと捉え直す設計により、企業は自社の強みやノウハウを地域でどう活かせるかを具体的に検討していく。

琴平町の企業向けプログラムは、単なる視察や研修ではない。事前設計から始まり、現地での対話、具体的な共創テーマと次のアクションまでを持ち帰る「意思決定プログラム」として設計されている。企業にとっては次の一手を決める場、地域にとっては共に未来を描くパートナーと出会う場だ。

観光地という可視化された資源があるからこそ、企業は実証テーマを描きやすい。一方で、地域側は企業の視点を通じて自らの観光や産業の可能性を再定義することができる。目指すのは一度きりの研修ではなく、反復来訪を通じて関係を積み重ねていく持続的な関係構築なのだ。

受入を「仕組み化」する地域側の挑戦

企業連携を持続可能なモデルにするため、受入体制の整備も進めている。宿泊や交通のパッケージ化、地域コーディネーターの複数体制化、関西圏でのプロモーションイベン

ト開催など、属人的でない仕組みづくりを重視してきた。その結果、IT企業、エネルギー企業、スタートアップ支援企業、観光関連企業など6社との共創実証を実施。観光地の持つ資源を“消費されるもの”から“共創するもの”へと転換する試みが始まっている。



▲ 滞在プログラムの中でさまざまな交流を通じ、関係性が深まっていく

HINT

- 観光地を実証フィールドとして再定義
- 旅マエ・旅ナカ・旅アトによる伴走設計
- 再来訪を前提とした企業との関係人口化モデル

INFORMATION



香川県琴平町
株式会社 地方創生

歴史ある観光地でありながら、近年は「こんびら参り」にとどまらない新しい観光まちづくりに挑戦している琴平町。今年度は観光を軸に企業との交流・実証・共創を促す滞在プログラムを展開。企業が地域と共に学び、次の事業や挑戦へ踏み出す土壌づくりを進めている。

琴平町が挑戦する
企業版第2のふるさとづくり

金刀比羅宮や温泉街などの観光資源を有し、全国的にも有数の観光地として知られる琴平町。近年では「こんびら参り」だけに依存しない魅力づくりを進め、関係人口創出拠点としてワーキングや宿泊施設等の整備が進められてきた。従来の参拝客中



▲ 地域と共に課題解決やイノベーション創出に取り組む

心の構造では域内回遊性やリピート率が低いという地域課題を背景に、フロー型からストック型へと転換する新たな観光モデルの定着を目指し、3年前から本プロジェクトに参画している。

3年目となる今年度は、培ってきた受入基盤を活かしながら観光地を“実証フィールド”として活用する「企業版第2のふるさとづくり」に挑戦。観光まちづくりに共感する企業が地域事業者や住民と連携し実証に取り組む企業との関係人口化モデルの構築を目指している。

旅マエ・旅ナカ・旅アトで
設計する伴走型プログラム

琴平町の大きな強みは、町のコンパクトさ。町内を歩けば、行政、事業者、住民が顔の見える距離でつながっており、企業にとっては

POINT 観光実証フィールド型モデルの実践ポイント

企業へのヒアリングと
地域との接点を設計



企業ヒアリングを通じて実証テーマを具体化し、地域キーマンとの接点を設計。地域課題や可能性を共有し、企業の入口を明確にする。

現地実証と
共創プログラム実施



現地滞在を通じて、対話・視察・実証を実施。企業と地域が共に学び合うプログラムを展開し、観光地を“実証フィールド”として活用。

成果を言語化し、
再来訪へつなげる



実証成果を言語化し、次回のアクションを設計。法人単位での再来訪へつなげる。併せて官民連携の実施体制を整備し、持続的な循環モデルの確立を目指す。

CASE
02

ワーケーションから加速する広域“レボ系”共創HUBという実験
長野県千曲市ほか



企業人が地域へ五感で飛び込み
「ありえない資源」から事業のものがたりを描く
企業向け・五感全開アクセラレーションプログラム



▲ 上田市の交流型サウナ「hyvaサウナ」でサウナ体験も体験

地域資源を五感で体感。最後の「構想合宿&プレゼンテーション」で、地域での体験をもとに事業のものがたりを描く。

「ワクワク感や居心地の良さなど、自分の五感を使って感じ取り、行動する人が少なくなっている気がする」と語るのは、主催者の一人、株式会社ふるしきやの田村英彦さん。参加者には、千曲川流域のさまざまな資源に触れ、無邪気に五感を働かせることで、普段は見落としがちなのゴトに深い興味を持ってほしい、人間的な幅をどんどん広げてほしいという思いがある。

1泊2日の「思考越境リレーションシップ」

初日は、坂城町の郷土野菜「ねずみ大根」とおろし器を手に、「おしぼりうどん」を体験。

大根をすりおろし、味噌や鰹節を加えた汁でうどんを食べる工程を通じて、自然の風土を身体で感じながら交流を深める。食後は「シャシャランブル」というプレゼン大会に挑戦。自分の得意や自慢をお題に沿って語り、聞き手から評価を受けることで、場の空気も和む。夜は「おせっかいハウス 昭和の寅や」で信州ビュッフェを囲み、再び会話とクリエイティブな発想を刺激する交流が続く。初日の体験は、五感で資源を捉え、無邪気に関わることで普段気づかない興味や発見を引き出す導入となる。

プログラムには「サウナ×ワーケーション×コミュニケーション」を組み合わせたサウナ体験も。五感を研ぎ澄ませ、心身を整えるひときは、チームビルディングや交流の場として機能し、「同じ寮で暮される」体験が自然な対話と共感を生み、新しいアイデアや発想を引き出す機会になったと好評だったそう。

2泊3日の「構想合宿&プレゼンテーション」

最終章は白樺高原、女神湖での構想合宿。これまでの体験をもとに、参加者は事業の核となる「ものがたり」を描き、実現可能な構想へと落とし込む。プレゼンテーションでは多様な職種の視点が交わり、それぞれが自分の

ものがたりの主人公となる時間が生まれた。このワーケーションは、企業と地域が共に育つ“レボ系”共創HUBへと進化している。第2のふるさととして関係が育ち、千曲川流域には新しいアクセラレーションの風景が広がりはじめている。



▲ 千曲川流域の自然や人の無限の資産を肌で感じるプログラム

HINT

- ✓ ワーケーションを「構想創出機会」へ密度アップ
- ✓ 事業構想を“ものがたり”として再定義
- ✓ 関係→体感→集中の三段加速設計

INFORMATION



長野県千曲市ほか
株式会社ふるしきや

企業向けの五感全開アクセラレーションプログラムを展開した同事業。千曲市単独ではなく、上田市・東御市・立科町と連携し、自然と文化が折り重なる千曲川流域の資源を身体感覚で捉え直し、事業構想まで踏み込む広域型共創HUBを形成。

地域のすべてを「資源」と捉える
五感型アクセラレーションモデル

千曲川流域は、川沿いの肥沃な土や標高差が生む多様な気候、農業・温泉・鉄道・文化が折り重なる豊かな地域。自然の厳しさから培われた穏やかさと力強さ、人への優しさは、この土地ならではの魅力だ。都市圏からのアクセスも良く、短期の訪問で



▲ プレゼン大会「シャシャランブル」の様子

も濃密な体験ができる。地域資本は都市部と一線を画し、五感で感じ取る価値や可能性があふれている。

この地で育まれた「レボ系ワーケーション」は、単なる滞在型ワークではなく、人と人が出会い、地域資源を体感しながらプロジェクトを生む場。過去5年間で600人以上の関係人口を育み、地域と企業の新しい関係性を生む入り口として、今年度は「ワーケーション発！広域“レボ系”プログラム」として進化した。

無邪気さを取り戻す
体験型コンテンツ

プログラムは3ステップで展開される。まず1泊2日の「思考越境リレーションシップ」で人間関係を深め、続く「千曲川資源ハック(体感ツアー)」では現地を歩き、食べ、語り、

POINT ワーケーション起点型アクセラレーションモデルの実践ポイント



1 関係性構築 (思考越境リレーション)
短期間で事業づくりを加速的に進めるために、自然、カルチャー、食を存分に使い共通体験を通じて心理的距離を一気に縮める。

2 事業×資源 (資源ハックツアー)
千曲川の資源を使った先輩仕掛人の生の声に数多く触れ資源を体感。資源を“素材”ではなく“掛け合わせ可能な種”として再編集する。

3 ものがたり (事業構想合宿)
仕掛けマインドを高め、地域資源を使った未来への希望を共有しながら進めるプレゼン合宿。受入側も自主的に構想発表する共創の場に。

CASE
03

“越境探求”から始まる人材育成・関係深化モデル
北海道浦幌町



五感を使い、探求する
企業が地域で学び合う
次世代につながる共創の土壤



▲ 農業・林業・まちづくりの現場で活躍する挑戦者との対話と探求

森を歩き、海の気配を感じる。そこで交わされるのは、効率や正解では語りきれない、仕事への誇りや葛藤、未来への問いだ。

答えではなく
「問い」を持ち帰る学び

地域のリアルな実践に触れる中で、参加者は自社の経営や組織、そして自身の働き方や生き方を重ね合わせて考えるようになる。浦幌での学びは、何かを結論づけるためのものではない。「自分は何を大切に働き、どんな未来につなぎたいのか」。その問いを持ち帰るための時間だ。根底にあるのは、短期的な成果を求めるのではなく、関係性や信頼、問いを育てる“土壤を耕す”という考え方。そして判断の軸には、常に次世代や子ども

たちの視点が置かれている。どんな風景を残し、どんな社会を手渡すのか。未来への意思を育てる場として、うらほろアカデミアは、企業と地域が共に学び合う実践の場となっている。

共に未来を描く
学びの場

浦幌町の特徴の一つは、人と人の距離の近さだ。町の規模がコンパクトなため、行政職員や事業者、住民が日常的に顔を合わせ、率直に言葉を交わす。外部から訪れる企業人材も、「支援する側/される側」ではなく、「共に考える仲間」として迎え入れられる。越境の学びは参加者だけでなく、地域の担い手自身の問い直しや言語化を促し、学びは双方向に循環していく。

今年度は「うらほろアカデミア」の実施に加え、学びの振り返りや関係性の継続を目的として「うらほろアカデミア カンファレンス」を初開催。参加者からは人的ネットワークの拡張や、中長期的視点で事業・組織・社会を捉える力を得たとの声が寄せられ、今後も浦幌町や本事業に関わり続けたい意向が確認されている。企業との対話からは地域課題とニーズが重なる協議や協働も生まれ、寄付や人材交流を含む新たな取り組みが始まって

いる。こうして越境探求は“学び”を超え、企業と地域が共に未来を構想する実践の場となりつつある。



▲ 都会とは異なる自然の中で、五感を研ぎ澄まし、自然型思考に触れる

HINT

- ✓ 体験から問いを立ち上げる越境型研修
- ✓ 共創の土壤を醸成するプロセス重視型
- ✓ 次世代基準で事業の意味を再定義

INFORMATION



北海道浦幌町
一般社団法人十勝うらほろ楽舎

官民が立場や組織を越えて次世代につながる地域づくりに取り組んできた浦幌町。今年度は、越境型研修「うらほろアカデミア」を活用した企業版第2のふるさとづくりをスタート。企業とともに豊かな社会のあり方を探求する共創の土壤が育まれている。

浦幌をフィールドに
次世代につなぐ地域と未来を考える

北海道十勝の東端、太平洋と森、畑に囲まれた浦幌町。農業・酪農・林業といった第一次産業を基幹に、人の営みと自然の循環が日常の風景として息づく町だ。一方で、高齢化、過疎化、少子化などの課題が顕在化している。地域課題に向き合う過程で育



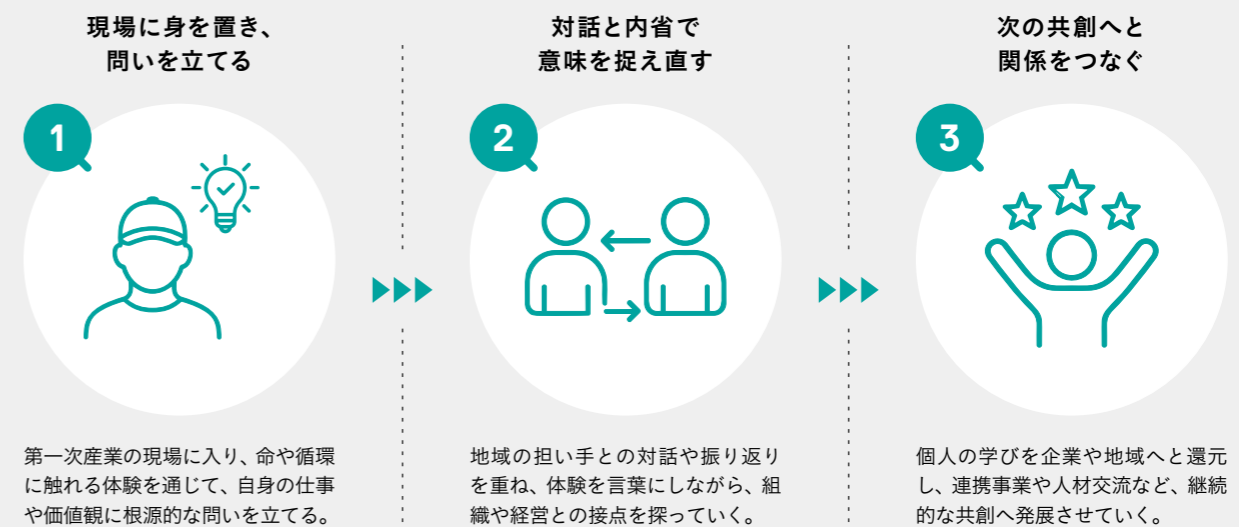
▲ 農業や酪農の現場でのフィールドワーク

まれてきたのが、立場や組織を越え、「次世代につなぐためにどうするか」を共に考え続ける文化だった。誰かが答えを示すのではなく、地域の中にいる一人ひとりが問いを持ち、意思を育てていく。この積み重ねが、いわゆる「うらほろスタイル」を形づくってきた。

異業種複合型の現場研修
「うらほろアカデミア」

その土壤から生まれたのが、探求実践リーダーを輩出するプログラム「うらほろアカデミア」だ。ここで行われているのは、知識をインプットするための研修でも、短期間で成果を求める人材育成でもない。参加者は浦幌町に滞在し、第一次産業者や地域の挑戦者と向き合いながら、現場に身を置き、五感を使って探求していく。畑に立ち、土に触れ、

POINT 人材育成・越境学習型モデルの実践ポイント



CASE
04

離島医療の関係人口拡大を目指す
島根県海士町



医療人材を地域の担い手に
離島医療を軸にひらく
第2のふるさとという関係づくり

INFORMATION



島根県海士町
海士町

離島医療の魅力化による関係人口拡大PJ」と題した第2のふるさとづくりを進める海士町。医療ワーケーションを通じて、医療の現場を学ぶ、観光×研修×仕事(医療)による地域内経済循環と、常勤医に依存しない柔軟な医療支援モデルの確立を目指す。

医療分野における
関係人口創出の実践モデル

島根県・隠岐諸島の一つ、海士町。人口およそ2,300人。「ないものはない(ないからこそ、強みがある)」という発想のもと、地域づくりを進め、移住者は町の約2割を占める。挑戦する人を応援する風土がある海士町で、企業版第2のふるさとづくりと



▲海士町に実際に行って暮らしや離島医療を知る

して、離島医療の魅力化を通じた関係人口づくりの取組が始まった。

医療は、島で暮らし続けるために欠かせない基盤であり、同時に全国の地域がこれから直面する課題でもある。海士町は観光と研修、代理診療を組み合わせた医師のワーケーションを提供し、へき地医療の現状や関わり方を学ぶ入口をひらきながら、医療人材が地域と継続的に関わる関係人口の拡大を目指している。

離島医療を「学ぶ」入口としての
離島医療会議

事業の起点となっているのが、令和5年度から海士町主導で開催されている「離島医療会議」だ。医師や看護師、医療法人関係者を対象に、へき地医療の現状や課題、医師のキャリアとしての離島との関わり方を議論



▲宿泊や交流の拠点となる、隠岐ユネスコ世界ジオパークの泊まれる拠点施設Ento(エントウ)。

する場として、オンラインを含め年間500人以上が参加している。単なる情報発信にとどまらず、医療人材が「離島医療にどう関われるか」を具体的に考える学びの場となっている。

観光×研修×仕事(医療)を
組み合わせた医療ワーケーション

学びにとどまらず、実際に島に滞在し、医療に携わる仕組みが整えられている点も、海士町の大きな特徴だ。観光と研修、代理診療を組み合わせた「医療ワーケーション」は、働きながら島で暮らすという新しい関わり方を可能にしている。診療所での業務だけでなく、島の日常に身を置くことで、医療と暮らしが切り離せないことを身体で理解していく。医師

自身が「医療者としてどう生きるか」を見つめ直すと同時に、地域側も外からの視点を通じて、自分たちの医療や暮らしを言葉にする機会を得ている。

医療と観光、
双方を持続させるモデルへ

本事業では、一定規模を有する医療法人を主な対象としつつ、個人の医師や医療従事者も参加できるひらかれた設計としている。有給休暇や研修制度を活用し、3~4日島に滞在しながら医療と地域に関わることで、医療法人にとっては社会貢献にとどまらず、人材育成や組織価値の向上にもつながる取組となっている。

プログラムの舞台となるのは、島で唯一の診療所「海士診療所」と、ジオパークの拠点施設であり宿泊施設でもあるEnto(エントウ)。診療所での仕事だけでなく、島の人々との交流や日常の中で交わされる会話が、離島や離島医療の魅力伝える大きな役割を持つという。

そのため、海士町では、観光協会、診療所、地元企業が連携し、医療法人・個人双方が「第2のふるさと」として関わり続けられる受け入れ体制を整備。医療ワーケーションは観

光のオフシーズンにも実施され、医療体制の安定と観光による経済循環を両立するモデルとして、隠岐諸島全体や他地域への展開も見据えている。



HINT

- ☑ 専門テーマを関係づくりの入口に
- ☑ 観光×研修×仕事を組み合わせたプログラム
- ☑ 持続可能な離島医療と暮らしの両立を目指す

POINT 専門性特化型(離島医療ワーケーション)モデルの実践ポイント

離島医療を学ぶ
研修機会の提供



離島医療会議を起点に、へき地医療の現状や医師の関わり方を学ぶ。海士町と医療人材が、課題を共有する最初の接点をつくる。

観光と研修、代理診療を組み合わせ、
医療のワーケーション



島の暮らしに身を置き、へき地医療の現場に実践的に関わるとともに、観光協会等と連携し離島の自然や文化に触れることで心身を整える観光体験を提供。

医師のワーケーションによる
地域内経済循環



再来訪や法人単位での参画を通じ、関係性を継続。常勤医に依存しない医療体制と、観光を含む地域内経済を循環させ、安心・安全な離島医療環境の充実との両立を目指す。

CASE
05 森と向き合う時間を企業の学びへ
北海道洞爺湖町



企業と地域が出会う「森から始まる」共創のかたち

洞爺湖町では、「森」を起点に企業と地域が出会い、関係を育てていく取組が進んでいる。舞台は、環境保全型林業を実践してきた「トーヤの森」。企業人は森に入り、手を動かし、五感を使って自然と向き合うことで、人と自然、

仕事とのつながりを身体感覚として捉えている。OPEN DAYや継続的な関与を前提としたプログラム設計により、一過性ではない関係性が育まれる。森と向き合う時間そのものが、企業の学びを地域の未来へと接続している。

**森と向き合い、関係を育てる
洞爺湖で学ぶ
共創のフィールド**

INFORMATION

国立公園の豊かな森と湖と共に暮らすまち、北海道洞爺湖町。渡辺梱包企画が主体事業者となり「トーヤの森」を核とした地域と企業の創発促進プログラムを造成する実証事業を行った。

HINT

- ☑ 自然資源を「通う理由」に変える
- ☑ 体験を継続的な関係設計へつなぐ

CASE
06 企業と地域の越境学習から始まる共創
新潟県南魚沼市ほか



雪国発・越境学習という挑戦

プロジェクト運営母体は「帰る旅研究会」。2022年から地域と人との関係づくりを丁寧に積み重ね、その歩みを土台に、今年度から「企業版第2のふるさとづくり」へと展開している。その象徴が「雪国発越境学習プログラム 帰る旅

ビジネス人材クリエイターズCAMP」だ。舞台は「古民家ホテル ryugon」。地域でのフィールドワークや対話、成果発表を通じ、参加者は事業課題と地域のリアルを重ね合わせながら、自身の仕事や組織のあり方を問い直していく。

**地域との関係性を育み、活かす
雪国から始まるイノベーション
人材育成プログラム**

INFORMATION

新潟県南魚沼市・湯沢町・魚沼市・十日町市・津南町などの雪国観光圏では、第2のふるさとづくりプロジェクトが4年目。今年度は新たに企業との共創を深めるプロジェクトに取り組んだ。

HINT

- ☑ 「行く旅」ではなく「帰る旅」という関係設計
- ☑ 地域との対話を事業課題に接続する越境学習

CASE
07 家族から始まる、第2のふるさとづくり
三重県大台町



「ラーケーションの日」とワーケーションを連携させたプロジェクト

大台町では、子どもと大人が共に学ぶ「ラーケーションの日」を入口に、企業との新たな関係づくりが始まっている。森や川、限界集落を舞台に、学び・遊び・創りが交差する時間を創出。地域の自然学校や担い手が受入を

え、今年度は地域資源と地域課題を融合させたプログラムに企業の参画も実現している。個人・家族単位で地域に関わる体験は、企業人の価値観や仕事観に静かな変化をもたらし、持続的な関係人口づくりへとつながっている。

**学び・遊び・創りをひらく
大台町から始まる
関係づくり**

INFORMATION

三重県大台町では、大台町子どもプロジェクト推進協議会が主体事業者となり、「ラーケーションの日」とワーケーションを連携させ、家族と企業が関わる第2のふるさとづくりを展開。

HINT

- ☑ 家族単位で関係人口を設計する
- ☑ 教育と企業活動を結び直す

CASE
08 支援を越え、関係を紡ぐ復興ワーケーション
石川県七尾市・輪島市



関係人口化・リピーター化=ファンづくりが目的

七尾市・輪島市では、能登半島地震からの復興プロセスそのものを、企業の学びの現場として位置づけている。地域の声に耳を傾け、現場を知り、無理のないかたちで関わり続けること。その積み重ねが信頼関係を育ててい

く。復興支援にとどまらず、共に考え、共に動く関係性を目指す点が特徴だ。能登の暮らしや文化に触れながら関係を深めることで、次世代につながる共創の土壌が育まれている。

**復興の現場に
寄り添い、学ぶ
能登で育つ共創のかたち**

INFORMATION

株式会社 JTB 金沢支店が主体事業者となり、関係人口から行動人口へと深化させる能登半島地震復興ワーケーションを実証。企業が地域と継続的学ぶ場を創出した。

HINT

- ☑ 復興を「学びのフィールド」として捉える
- ☑ 継続的な関与を前提に設計する

PARTICIPANT SURVEY

先駆的事例創出モデル 参加者アンケート

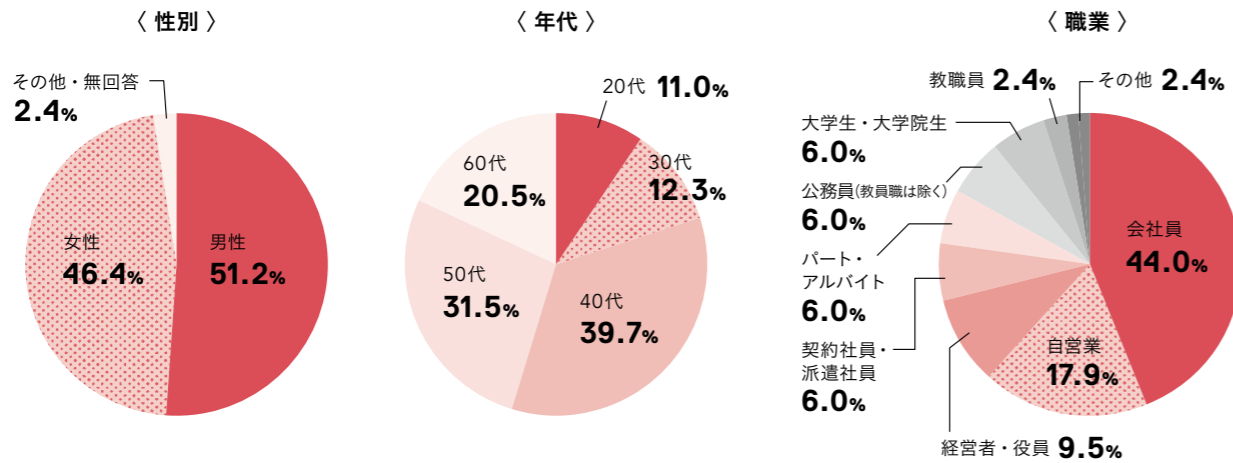
調査方法：インターネット調査

実施時期：2025年9月22日(月)～2026年1月31日(土)

調査対象：8地域の各プログラムへの申込者

有効回収数：計84名

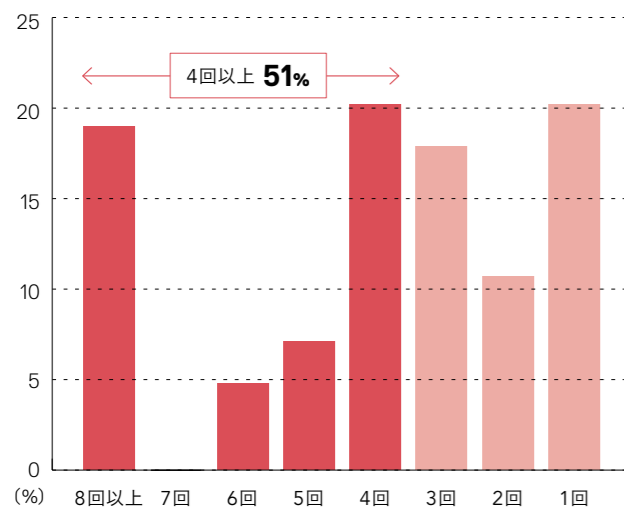
● 参加者プロフィール



・男女は半々、年代では40代と50代で7割を占めている。職業別では会社員が44.0%で最も多く、土・日・祝が休みの働き方がメイン。
 ・昨年度は大学生・大学院生が2割だったが、今年度は6.0%と少なかった。

● 来訪回数とその目的

Q. 2025年の4月以降に、この地域を訪れた回数をお聞かせください。



・回答者の半数が4回以上の来訪をしており、多頻度来訪という旅のスタイルを実践している。

Q. この地域に1年以内に複数回訪れた目的や理由をお聞かせください。

● プログラム参加

安達太良山歩きと登山道整備(来訪回数：5回/45歳/女性)
 井波彫刻コースに参加(来訪回数：4回/43歳/女性)
 能登演劇堂での公演やトークショーを見るため(来訪回数：4回/50歳/女性)
 里山体験をするため。動物、植物を観察するため。普段接していない職種の人と関わり、刺激を受けるため(来訪回数：4回/41歳/男性)
 生き物さがしのイベントに参加するため(来訪回数：5回/38歳/女性)
 おてつだいをしながら地域を旅するため(来訪回数：3回/50歳/女性)

● 仕事・研修

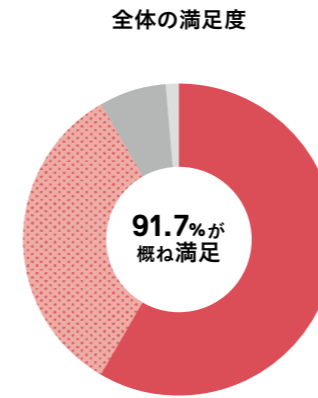
越境研修の一環として参加(来訪回数：3回/40歳/女性)
 仕事関連による訪問(来訪回数：8回以上/34歳/男性)
 新規ビジネスモデルの創出を検討するため(来訪回数：3回/27歳/男性)

● ボランティア

大会のボランティアスタッフ、トレイルの整備等(来訪回数：5回/42歳/男性)
 墓参りと災害ボランティア(来訪回数：8回以上/44歳/男性)
 復興支援(来訪回数：8回以上/61歳/女性)

・複数回の来訪理由としては、「プログラム参加」が最も多い。
 ・複数回のプログラムへの参加を目的に来訪したとの回答が目立った。

● 満足度



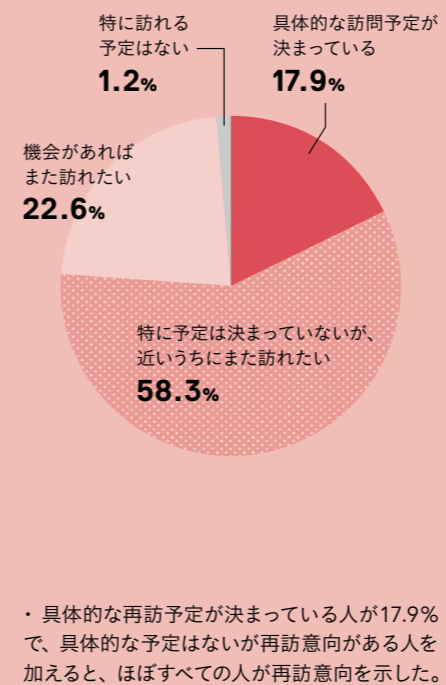
・全体的な満足度は「大変満足した」が58.3%で、「満足した」33.3%を加えると計91.7%だった。
 ・個々の満足度や実感では「自身の学びや成長に繋がった」が95.2%、「学びや体験の満足度」が92.9%と高かった。
 ・一方で「地域課題の解決に貢献できた」や「自分のスキルや知見を活かした」は相対的に低い結果だった。

左から 大変満足した 満足した どちらともいえない やや不満だった 不満だった
 とてもそう思う ややそう思う どちらともいえない あまりそう思わない まったくそう思わない

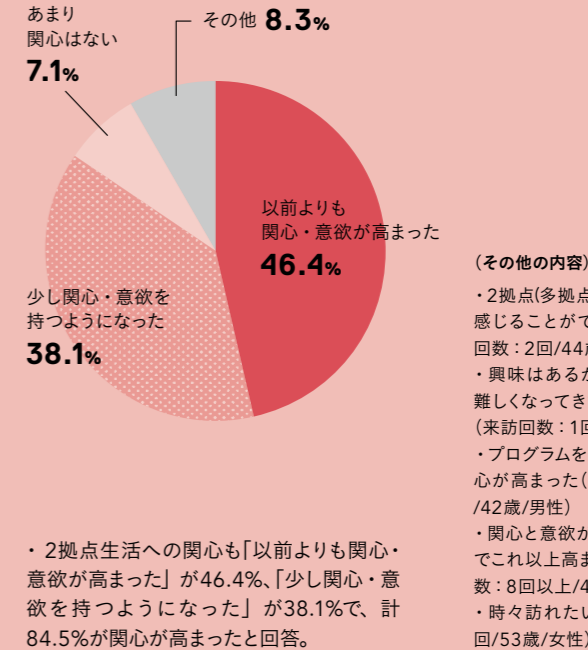
項目	大変満足した	満足した	どちらともいえない	やや不満だった	不満だった	平均
プログラムの満足度	41.7	38.1	16.7	0.0	0.0	3.6
学びや体験の満足度	27.4	35.7	31.0	0.0	0.0	6.0
地域の人たちとの交流に関する満足度	29.8	32.1	29.8	6.0	0.0	2.4
地域の自然や食事など観光資源に対する満足度	32.1	50.0	9.5	7.1	0.0	1.2
得られた実感	31.0	38.1	25.0	4.8	0.0	1.2
自身の学びや成長に繋がった	46.4	39.3	11.9	0.0	0.0	2.4
地域課題の解決に貢献できた	31.0	42.9	20.2	3.6	0.0	2.4
自分のスキルや知見を活かした	16.7	45.2	29.8	8.3	0.0	2.4
地域の人たちに受け入れられた	13.1	45.2	32.1	7.1	0.0	2.4
共通の価値観を持つ仲間ができた	61.9	33.3	2.4	0.0	0.0	2.4
事前の情報提供の内容やタイミング	44.0	42.9	10.7	0.0	0.0	2.4
プログラム実施中の情報提供や案内、誘導など	47.6	33.3	13.1	3.6	0.0	2.4
地域までの移動の負担を軽減するための取組や工夫	53.6	39.3	7.1	0.0	0.0	2.4
宿泊費の負担を軽減するための取組や工夫	57.1	31.0	9.5	0.0	0.0	1.5
参加者同士の交流を活性化させるための取組みや工夫	58.3	33.3	7.1	0.0	0.0	1.2
事後の連絡やコミュニティ運営など、アフターフォロー						

今後の来訪意向や多拠点生活への関心の変化

Q. 今後もこの地域を訪れる予定はありますか？



Q. 今回のプログラムに参加して、『2拠点・多拠点生活』への関心や意欲は変化しましたか？



先駆的事例創出モデル 参加者の声

■ 好評だった点
■ 改善の余地がある点



44歳/女性

初対面の人間同士が共同で作業を行うという機会は、社会に出るとなかなか体験できない。今回はほぼ初めましての人達と、共通の認識をもって共に行動出来たことが非常に有意義であると感じた。

プロジェクトとしての目標設定やゴールが見えにくく我々もどう関わればよいかわかりにくく戸惑った感じがする。(見学・体験をしてほしいのか、既に実施予定のプロジェクトに外部人材として関わって専門知を入れてほしいのか、何か事業をするとなった場合の費用はどうか等)



27歳/男性

講習自体のボリュームが大きいため、スケジュールリングや事前案内の手段で改善できる点があると、より濃密な講習となるかも。



44歳/女性



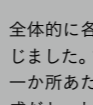
55歳/女性

各スポットでガイドの方から丁寧な説明があり、地域の背景や魅力を理解しながら体験できた点が良かったです。内容も盛りだくさんで、地域の魅力を幅広く知ることができました。



41歳/男性

参加者が労力を少しかけるだけで、目で見たり感じた実感が持てるプログラムだったので良かったと感じました。また、参加者同士の仲間意識も強くなりました。



55歳/女性

全体的に各スポットの滞在時間が短く感じました。訪問先をある程度絞り、その分一か所あたりの滞在時間を長く取れる構成だと、より満足度が高まると思います。



55歳/女性

地元の方の案内なくしては、絶対に知り得ない、生の暮らしの情報を得られたこと。地域の目に見えない歴史の積み重ねや苦労を理解できたこと。



50歳/男性



21歳/男性

情報をSNSで広げるのが良いと思った。地域に移住していただける人に提供できるメリットを作るのが大切だと思います。



50歳/女性

地域の方々と交流が持てたこと。より地域への愛着が湧きました。何度も通うことで、地域に対するふるさと感が増していきました。



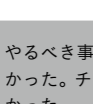
47歳/女性

DAOなどでミッションなどがあり、遠方においても定期的に覗いている。また、来訪がきっかけでインスタをフォローしたので地域の季節や天気、イベントを知れるので、それを見てまた行きたいと思う。



28歳/男性

事前にもう少し詳細な情報提示(各日の学びや体験の内容の詳細)が頂けると、目的意識が持ちやすく、学びや思考が深まるのではないかなと感じました。



63歳/男性

やるべき事のハードル高く対応しきれなかった。チームとしての取組みができなかった。



63歳/男性

地域の方々と触れ合い機会があるのは現地メンバーがいるからこそなので、そこが非常に良かった。



37歳/男性



50歳/女性

何度も訪れる事で泊まる場所などに愛着が湧きました。あと、ごはんがとても美味しかったです。案内の方がとてもフレンドリーで、そこも愛着が湧く点になったと思います。



40歳/男性

地域の方々の復興と再起への熱意、オープンな姿勢と人柄の良さ、事務局のみなさまの地道な努力、参加者の多様さ。これらの化学変化に自分もいつも触発されています。

CORPORATE PARTICIPANTS/CORPORATE DECISION-MAKERS SURVEY

企業版第2のふるさとづくりモデル
企業参加者/企業意思決定者アンケート

調査方法：インターネット調査

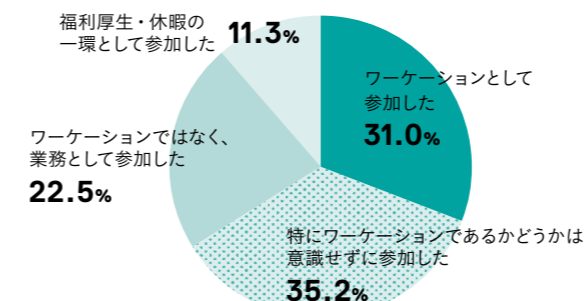
実施時期：2025年9月22日(月)～2026年1月31日(土)

調査対象：①現地に来訪し、プログラムに参加した社員等の参加者個人 有効回収数 計71名
②企業側の意思決定者(経営者、関係部署の責任者、人事・労務担当など、今回のプログラムへの参加の意思決定や決裁をした人)を対象 有効回収数 計22名

企業参加者

● 参加形態の位置づけ

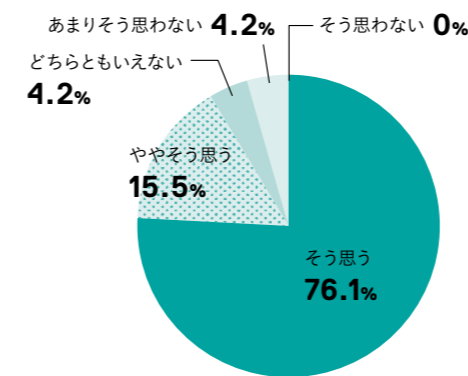
Q. 今回のプログラム参加は「ワーケーションの一環」という位置づけでしたか？ 企業として、今回のプログラム参加をどのように扱っていたのかをお聞かせください。



・企業版第2のふるさとづくりモデルの8地域への参加者のうち3割がワーケーションとして参加したと回答。
・業務や福利厚生として参加した人もいる。

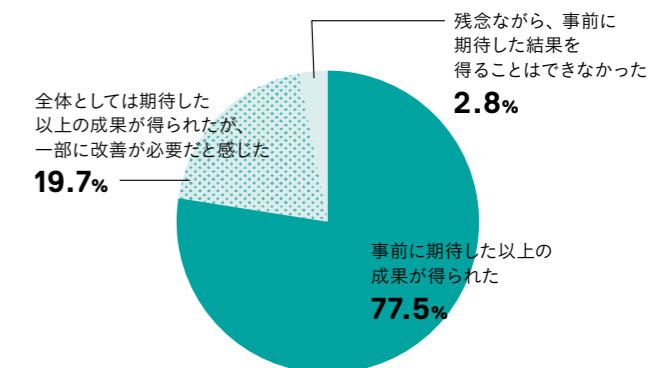
● プライベートでの再訪意向

Q. 仕事や業務とは別に、“個人的に”この地域へ継続的に訪れたいと思うようになりましたか？



● プログラムの感想

Q. プログラムに参加した結果、事前の目的達成度をどのように評価しますか？ 全体的な感想として、最も近いものをお選びください。



・全体としては約8割の参加者が「事前に期待した以上の成果を得られた」と回答。
・ただ、約2割の参加者は「一部に改善が必要」と回答している。

Q. 前問で回答された理由や、どのようなことを目的に再来訪したいと思ったのか、具体的にお聞かせください。(自由記述)

● 貢献したい

地域振興に貢献する目的(浦幌町) / 自身の取り組みを通じて貢献できそうなことを繋げたい(浦幌町) / 琴平という素晴らしい町にまた訪れたい、自分の力を活かしてその素晴らしい町に貢献したいという思いが湧いたため(琴平町) / 微力ながら貢献したいと思った。ワーケーションという仕組みも初めての体験で、大台町という町や地域の皆さんに触れる、知ることができて本当にいい経験でした(大台町) / これまでと同様に依頼があれば、代診を続けていきたい(海士町)

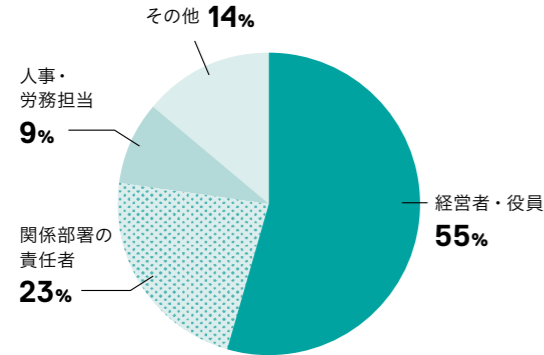
● 地域の変化を見届けたい

進捗が知りたかったり、家族や友人にも状況を知ってもらいたいと感じるため(浦幌町) / 地域のその後の姿を数年の時間軸を経過したうえで見ていきたいと感じた(浦幌町) / 特にフィールドワークで視察した場所が、今後どのように発展していくのか気になるため(南魚沼市ほか)

企業側の意思決定者

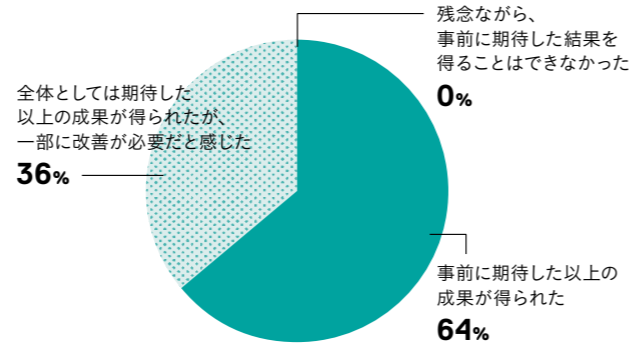
● 回答者属性

Q. 回答者ご自身のお立場をお聞かせください。



● 目的達成度の評価

Q. プログラムに参加した結果、事前の目的達成度をどのように評価しますか？ 全体的な感想として、最も近いものをお選びください。



・「一部に改善が必要だと感じた」との回答は、企業参加者のアンケート結果では19.7%だったが、意思決定層では36%とやや高い数字となっている。
 ・経営層・役員・部門責任者といったポジションの目線では、ややシビアに評価されている様子もうかがえる。

プログラムに参加した動機・目的

Q. 御社が本プログラムに従業員を参加させた理由・稟議を通した理由(参加目的や事前に期待したこと)をお聞かせください。

- 新規事業開拓** 異なる領域での事業創出や、新規事業立ち上げにも取り組む必要性を感じて/新たな事業領域への展開につながる視点やスキルの獲得を期待/新規事業開拓/地域課題や地域創出に関する事業者との連携を図ることを目的として
- ネットワーク構築** 地域課題の理解と地域関係者との関係性構築のため
- 営業活動の一環** そもそもは営業や情報収集目的も兼ねていたが、プログラム自体の内容に深い関心を抱いた/このようなプログラムで成果を出せたら、他地域でも導入に関する営業ができる
- 福利厚生・働き方改革** 従業員の働き方改革として、休み方が充実することが働き方に影響を及ぼすのではないかと?の仮説に基づき、ラーケーションとして学ぶことができる観光というものを設定した
- 研修** 越境体験、他企業の皆さまとの交流による幹部人材育成研修のため/リーダー育成の文脈から、思考を広げ、視座を高めるきっかけ/会社として能登震災へのボランティア支援を行っており若手向け研修として学びを得る機会があると考えた
- 地域社会貢献** 地域の課題解決を含めた取組だったため/これまでの取組のつながりから社会貢献(医療体制の維持)につながることを目指して
- その他** 調査研究/テレワーク・ワーケーション官民推進協議会の交流会の一環として/もともと地域に興味があったが、仕事の関係でこのプログラムへのアクセスを紹介された

まとめ

- ✓ 参加した企業の満足度は概ね高く、地域での事業化につながりそうな兆しも生まれている。
- ✓ 地域との継続的な関わりを希望する意向も高く、地域との関係構築に効果を発揮している。
- ✓ 意思決定者は成果を重視する傾向が強く、研修効果や費用、時間に対する評価は参加者視点よりもシビアになる。

PARTICIPANTS' VOICES

企業版第2のふるさとづくりモデル 企業参加者の声

■ 好評だった点
 ■ 改善の余地がある点



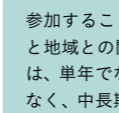
コンサルティング企業

地域をフィールドにした実践的な事業構想の場であり、継続して参加することで構想が「点」ではなく「線」として育っていくと感じています。



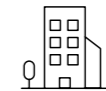
自動車メーカー

まずはラーケーションという施策に多くの従業員に触れてもらうことが大切だと感じています。その上で、働き方に変化があったか?を観測し、このプログラムの価値を見極めたいと思っています。



旅行メディア運営会社

参加することに価値を感じる。特に企業と地域との関係性やコミュニケーションは、単年でなかなか強められるものではなく、中長期的に良好な関係性を築くことでよりよくなると考えている。



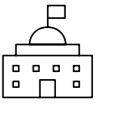
人材サービス企業

メンバーの胆力が向上し、自身の意思やwill、志が高まった・越境環境で、地域の方々、参加されている企業の方々と、身一つで振れることにより外向性が向上。積極的にコミュニケーションをとれるようになった。



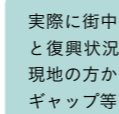
人材サービス企業

費用面(特に研修費外の交通費や宿泊費)の調整、すべてインクルーシブで手配いただけると更に利便性が向上して嬉しい。



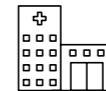
旅行会社

ワーケーションは社員の主体的な働き方を促し、生産性や発想力の向上につながるだけでなく、企業として多様な働き方を認める姿勢を示すことにもなります。



ITソリューション企業

実際に街中を散策したことで、災害状況と復興状況を肌で感じる事ができた。現地の方から生の意見を伺い、報道とのギャップ等を感じる事ができた。



医療法人

移動に1日取られてしまう。その場合、ワーケーションの要素がほぼなく、業務のみになってしまう。



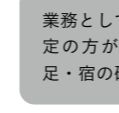
電力会社

アクセラレーションプログラムにおいてピッチの場が提供され、地域のキーマンや他企業が参加したことで、社内だけでは得られない多様な視点や考え方を得ることができました。



銀行

起業に向けた研修として非常に身のあるものであったと感じました。実地研修が含まれていた点についても座学では認識出来ないものを実際に見て学ぶことができたので良かったと思います。



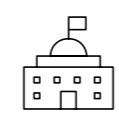
交通関連企業

業務として参加するならばできれば平日設定の方が良い。費用もだが、現地での足・宿の確保はやはり必要。



人材サービス企業

一次産業従事者および参加者とのネットワークの中で、無意識的な自分自身の思考の癖や思い描くキャリア観について再考する機会となった。また、一つ一つの事象の中での問を自ら立てる経験を通じて、一面的な思考から脱却できたように感じる。



旅行会社

ワーケーションは社員の主体的な働き方を促し、生産性や発想力の向上につながるだけでなく、企業として多様な働き方を認める姿勢を示すことにもなります。人材確保や定着、企業イメージ向上の観点からも継続する意義があると思います。



交通関連企業

やはり費用面と、効果についての見える化が必要と感じました。内面的には非常に効果があるのですがこれをどうわかりやすく計測するかが課題ですね。

第2のふるさと

A NEW HOMETOWN

地域との繋がりに着目した新たな旅のスタイル

これまでの旅とは異なる「何度も地域に通う旅、帰る旅」。継続的かつ多頻度での来訪を促進する旅のスタイルや再来訪に向けた第2のふるさとづくりの取組が推進されることを期待します。



INFORMATION

第2のふるさとづくりプロジェクトに関する情報を公開しております。ご参照ください。

「第2のふるさとづくりプロジェクト」に関する有識者会議



本プロジェクトの取組の方向性や具体的な取組内容について検討を行うため、有識者会議を開催しています。

第2のふるさとづくり推進ネットワーク登録申請フォーム



本プロジェクトに関心のある地方公共団体、観光地域づくり法人(DMO)、民間事業者等による情報交換の場として「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」を開設。登録は申請フォームよりお願いします。

「第2のふるさとづくりプロジェクト」公式Instagramアカウント



本プロジェクトを広く知っていただくことを目的に、「まちが、わたしが、育つ旅。いくたび」をテーマに、各地での魅力的な旅のプログラム等を紹介しています。



まちが わたしが 育つ旅。

いくたび >>>>

じっくりと 育ててみる。
ゆっくりと 観察してみる。
しっかりと 学んでみる。

同じまちに何度も行くことで生まれる
ゆたかであたらしい旅の体験、それがいくたび。

行くたびに、
新しい発見をする。
行くたびに、
親しいものが増えていく。
行くたびに、
人がまちが元気になっていく。

見るもの食べるもの触れあうもの
すべては大切なものへと変わり、
そのまちはあなたにとって第2のふるさとになってゆく。

さあ、退屈ないつもから少し離れて、
新しい場所と自分に会いに行こう。



produced by
第2のふるさと
A NEW HOMETOWN



観光庁
Japan Tourism Agency