

令和7年度 第2のふるさとづくりプロジェクト

# モデル実証事業採択事業者の 実施報告資料

2026年3月

## 〈取組概要〉

本事業は、岳温泉を拠点とする「磐梯・吾妻・安達太良ボルケーノトレイル®」を活用し、火山・温泉・ロングトレイルを一本の文脈でつなぐことで、地域文化と自然保全に共感・参画する関係人口の創出を目指す。主要ターゲットは、長距離縦走を「旅」として捉え、自然・文化・人との関わりを重視するロングディスタンスハイカー層であり、湯守文化や引き湯の物語に高い感受性を持ち、LNTや寄付・保全活動とも親和性が高い。加えて、滞在型の山旅や文化体験に関心を持つ中長距離登山者・体験重視層を周辺ターゲットとし、日帰り登山偏重からの転換、宿泊・温泉利用の回復、リピートや発信による波及効果を図る。

歩く体験を通じた共感と共創により、持続可能な循環型観光モデルの確立を目指した。

### ①ボルケーノトレイル・火山旅

「火山とともに生きる湯のまち」をテーマに、岳温泉を拠点とした磐梯・吾妻・安達太良ボルケーノトレイル®を活用し、火山と温泉を軸に関係人口の創出を目指す。【旅マエ】では、自然センターによる相談対応や登山アプリ・SNS等での情報発信、事前イベントを通じ期待と共感を醸成。【旅ナカ】では、湯守文化体験や登山道整備、自然体験、キッズ・企業向けプログラムを展開し、登山タクシー等の移動支援も試行する。



### ②ハイカーフレンドリーを目指す

湯守文化や温泉文化をはじめとする地域の歴史・文化・資源と山を結び付け、ハイカー受入環境の整備に取り組んだ。事前準備として自治体や事業関係者等と連携し、世界約100カ国で導入されている自然環境保全のための行動倫理プログラム「Leave No Trace (LNT)」の講習を実施、7原則に基づく国際基準のアウトドア行動倫理を地域内で共有し、持続可能な観光推進に向けた意識醸成を図った。併せて、交通や荷物対応などの環境整備を進め、地域と来訪者をつなぐ基盤づくりを行った。



### ③人材×ネットワーク×保全の循環

完歩者や継続来訪者によるSNS発信を通じ、再来訪と共感の輪を広げる仕組みを構築する。登山道整備費用付き商品の販売や参加費用の一部を活用した保全支援により、旅後も地域との関わりが持続する循環を形成する。また、ハイカーやアウトドアメーカー、アウトドア情報誌など多様な関係者と連携し、ガイドや登山道整備人材の育成を進めることで、「通いの担い手」を育て、外部ネットワークの強化につなげていく。



#### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

地域理解と共感が醸成され、ロングディスタンスハイカーを中心に、湯守文化や引き湯の成り立ちへの関心が高まり、体験価値として受け止められた。また、複数回訪問や整備・ボランティア参加、参加者同士のコミュニティ形成が進み、来訪者自身による発信や口コミを通じた新たな来訪も生まれている。一方で、湯守文化や源泉体験は安全面への配慮から実施内容の調整が必要であり、日帰り中心の登山構造から滞在型への転換が今後の課題である。

#### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

- ① 山旅設定：16プログラムー参加者数：229名  
(源泉1回11名・VOLCANO3回104名・親子2回37名・BILE/Hike 5回48名・山旅1回3名・登山道整備3回26名)
- ② 宿泊を伴う来訪実績：517人泊※再来訪者分を含む)
- ③ レンジャー育成：25名LNTインストラクター：10名
- ④ 関係事業者参画：17社
- ⑤ 期間中2回以上の来訪者：102名（再訪率40%）

〈取組概要〉千葉・内房沿岸を「房総西海岸」として統合ブランドコミュニケーションし雇用創造の地に。「首都圏から車で1時間」、「内房の海山景観」、「祭りや文化」に恵まれた地域だが高齢化率は約48%と高く首都圏若年層の認知度は低い。一方、地域価値を再発見し斬新な視点で旧保養施設リノベーションや地産地消に取り組むロールモデル的プレイヤーの宝庫になりつつある。そこで今回「首都圏20-40代の地域貢献に関心が高い層」をターゲットに、「洗練された観光コンテンツ開発」によるリブランディング、旅人とともに「ローカル・ビジネスBootCamp開発」に取り組む。認知→関係深化→地域知継承・人材集積→産業・雇用創出の循環により、「ダサイ千葉」の観光地から中長期的にも選ばれ続ける「第2のふるさと」を目指す。

### ①洗練された観光コンテンツ開発

- かつて賑わった海水浴場を、洗練された「ビーチクラブ」に再生、認知向上
- 内房の海と夕陽と富士山を楽しむ「TWO SUNS」イベントを2回開催



### ②ローカル・ビジネスCamp開発

- 旅人とともに、ローカルビジネスやローカルのキャリアを考える旅を開発
- 既に地域資源活用ローカルコーチとの交流から、深い繋がりアイデア創出



### ③中長期的な改善と発展

#### 房総西海岸 (BWC) を「挑戦の聖地」へ

- 参加フェーズ多様化と二次交通の解消
  - 金融行政連携「実装支援P K G」提供
  - テーマ別専門メンターとの共創
  - 多人数対応ワーク&滞在インフラ整備
  - 「地域課題解決型研修 (BIP)」導入
- ↓
- 関係人口の日常化: 年間500名のビジネス層が「仕事を持って帰省する」
  - 遊休資産利活用の先進モデル地域へ
  - 内発的発展の循環: 新しいことに挑戦しやすい空気に満ちた持続可能社会

#### 取り組みの成果と課題 (定性的なアウトプット)

- ①海辺再生「ビーチクラブ」により「洗練された観光地」としての認知度が向上し、近隣の土産物店や飲食店への立ち寄りも増加した。
- ②地域事業者と参加者間の個々の関係性をつくれたことで、次回来訪が決まるなど自然発生的な動きが見られた。主催者とCamp参加者がともに、香川県琴平訪問するなど、参加者との交流深化が生まれた。

#### 取り組みの成果 (定量的なアウトプット)

- 延べ参加者数：目標528人：実績647人 (123%)
- 地域消費額：目標10,240,000円：実績9,496,000円 (93%)
- ローカルビジネス検討者数：目標3人：実績6 (個人3、事業者3) (200%)

## 〈取組概要〉

（※「土徳」とは、南砺の風土や営みにのなかにみられる精神文化を指す言葉で明確な定義はない）

南砺市の工芸（井波彫刻、五箇山和紙、福光麻布）である3つの手仕事の体験とその時々地域行事への参加を通じてこの地域特有の精神風土「土徳」に触れることで南砺市に愛着を持ち何度も訪れたい地域となるようなプログラムを設計する。

【通年プログラム】井波彫刻コース、五箇山和紙コース、福光麻布コース 《行事参加》民藝、獅子舞、収穫祭

第1回：9/13-9/14 第2回：10/11-10/12 第3回：11/8-11/9 第4回：12/13-12/14

※上記の他、学生向けに夏季集中プログラムと、次年度への体験としてトライアルプログラムを実施

【夏季集中プログラム】井波彫刻コース：8/18-8/22 南砺の糸文化コース：9/2-9/5

【トライアルプログラム】ショートツアー：1/17-1/18



### ①井波彫刻コース

既存の彫刻塾に参加しつつ、前年度好評だった、道具店での刃物研ぎ講習も実施し、好評だった。また、塾の時間外にも職人の工房にて自主制作もした。参加者から入門者に向けた体験キットの提案があったり、積極的な交流が生まれた。富山大学の学生は事業後も塾に参加を希望。「かつて彫刻師になる道も考えたことがあり、人生の転機のタイミングで参加し学びを感じた」



### ②五箇山和紙コース

季節を感じながら和紙づくりを体験できるプログラムとした。和紙の原料となる楮畑の手入れや材料までの加工など、一般的な和紙漉き体験以外の貴重な体験を提供できた。参加者も「無心となって作業ができた」と日常では味わえない経験ができたと好評だった。「自分のルーツを、4回の季節が異なる時期の来訪と体験から感じられた」



### ③福光麻布コース

苧麻から繊維をさく作業や、糸の苧績み体験など植物の成長とともに、麻の作業が営まれるといった、季節を感じるプログラムの造成を行った。福光麻布の歴史を辿る散策や、しめ縄作りなど、参加者からも好評だった。また、予定が合わず欠席だった参加者にも別日に日程を再調整して受け入れを行うなど柔軟に対応した。「麻布を織る行為自体が美しく心が浄化された」



### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

【成果】手仕事の体験と、南砺の文化に触れた結果、工芸自体への興味だけでなくそれ以上に参加者一人一人の心に変化があった。内省し精神的な変化を感じているゲストが多数いた。参加者の1人が2拠点居住を検討中。井波彫刻に弟子入り希望の参加者もいた。

【課題】地域の人たちとのより密度の濃い交流機会の創出

### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

【【成果】黒字が目標値、赤字が実績値 単位：人

通年プログラム…申込：60 (11)、参加：20 (7)

集中プログラム…申込：18 (10)、参加：15 (8)

トライアルプログラム…申込：8、参加：7

【課題】目標値（昨年参加人数×3地域）が実情と乖離

【未達要因】販売時にプログラムの魅力を伝えきれなかった

【改善策】魅力を届けることができるプロモーション

### 〈取組概要〉

**背景:** 能登半島地震により甚大な被害を受けた七尾市において、従来の観光（一過性の訪問）だけでは不十分な、地域の担い手不足やコミュニティの維持という課題に直面している。

**目的:** 「第2のふるさと」として能登・七尾を位置づけ、都市部の人材が継続的に来訪し、地域の農家や住民と共に「復興の物語」を紡ぐことで、持続的な関係人口・交流人口を創出する。

**具体的な実施内容:** 「のと物語」体験プログラムの実施（計3回）、のと100ツアー（オーダーメイド）実施、MeetUpの開催（東京、七尾）、関係構築・深化を狙ったコミュニティ運営（LINEオープンチャット）

①

#### のと物語

**地域住民・農家との関係構築:** 能登新鮮組や山口水産と連携し、収穫体験や意見交換セッションを実施。

**企業・専門家とのマッチング:** 企業ニーズ（LINEヤフー、ドコモビジネス等）を取り込んだ関係構築のありかたを探る



②

#### のとツアー（オーダーメイド）

研究者を中心としたグループ旅行についてオーダーメイドで造成。知的探究心を満たしつつ、住民との対話に時間を費やすことを目指した。現地の街歩きの時間を経て、和倉トークに参加。現場の目線でのまちづくりについて対話を重ね、有意義な時間となった。



③

#### Meet Up（東京及び能登）

11月の都内開催で旅マエにインプットとして、現地の課題や現地生産者の生の声に触れる機会を創出。野菜や海産物などの生産者の課題は、被災地だけでなく全国に通ずる課題ではあるが、被災との二重のハンデを有する能登をビジネスやアイデアでも応援したい機運を醸成する場となった。



#### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

●**定性的成果:** 「対個人」から「対企業」へ、企業側の関わりしろに対してのニーズを把握し、今後の展開可能性を確認。受け皿となる事業者と関心層を直接繋いだ。被災地の現状を共有し、共に未来を考える「復興のストーリー」への共感が得られた。課題：繁忙期の受入りソース調整など地域内での体制＝コンシェルジュ機能の強化。関係継続のためのコミュニティ運営。

#### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

●**定量的成果:**  
プログラム、ツアー参加者（4回）計49名  
MeetUp参加者（2回）56名  
LINEオープンチャットの参加者76名  
オンラインランチ会開催計4回 \*人数は延べ人数

### 〈取組概要〉

石川県珠洲市は、令和6年1月の能登半島地震および9月の豪雨により甚大な被害を受けました。本事業は、この未曾有の災害に対し復旧・復興支援に関わった、あるいはこれから関わりたいと希望する学生や社会人をターゲットとしています。単なる「支援者」という枠組みを超え、地域住民と“心の絆”で深く結ばれた関係人口を創出・拡大することで、5年・10年先の復興の先を見据えた「地域未来創造」の担い手へと昇華させることを目的としています。

### ① 農村魅力発信プロジェクト

珠洲市で高齢化が進む集落での農業や里山の暮らしに触れながら、地域資源を活かした商品開発や企業を巻き込んだワークショップ等を開催した。



### ② 観光拠点再生プロジェクト

道の駅「すずなり」の売り場や案内機能の改善、新たな観光導線の設計、商品開発、情報発信等を現場と協働で企画し実装した。



### ③ 珠洲神社支援プロジェクト

能登半島の最先端に位置する須須神社のブランディング化を目的としてWEBサイト制作を現場と協働で実装した。



### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

- ① 農村魅力発信プロジェクト：イオン（株）との商品開発ワークショップの開催や県外の販路開拓など、広域な展開可能性を拓いた。
- ② 観光拠点再生プロジェクト：ボランティアと連携した景観整備や、デジタル化による窓口業務の効率化を実現。特産ソフトの工程改善で売上増も見込む。
- ③ 珠洲神社支援プロジェクト：3カ年の復興計画策定と公式WEB構築により、伝統の再定義と発信基盤を整備。持続可能な神社経営のプロセスを明確化した。全てに共通して、個別のニーズ調整や現地アテンドの工数が発生、一部プロジェクトでは現場スタッフとの信頼構築・合意形成にかかる工数も発生したことが課題。

### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

全プロジェクトで計19回、述べ59名の訪問、計16回のオンラインMTGを実施

- ① 農村魅力発信プロジェクト：現地訪問6回延べ35名の参加と期間中オンラインMTG5回実施
- ② 観光拠点再生プロジェクト：現地訪問6回延べ16名の参加と期間中オンラインMTG5回実施
- ③ 珠洲神社支援プロジェクト：現地訪問7回延べ8名の参加と期間中オンラインMTG6回実施

〈取組概要〉

豊かな自然体系を有する人口1,600人の生坂村は昨年、生物多様性・ネイチャーポジティブをテーマに「住む人とやってくる人が共に自然環境や文化を回復させ、より良い姿に再生する」持続可能なツーリズムを造成し実施した。ツアーを通して何度も生坂村を訪れ、第2のふるさととして深く関わっていただいたことで参加者の86%がツアー内容に満足、また来たいとアンケートに回答したが「来訪目的及び関わりしるの明確化」が課題となった。そこで二年目となる令和7年度は地域コミュニティ型エコシステム<リジェネラティブDAO>の設立に向けたルールメイクを行うプログラムを造成し、参加者がより能動的に関われるツアーを開催する。また、本事業の自走化が課題となっており、その解決策を探るためにも専門人材を招き入れ運営者と参加者、地域住民が共に学び、PoCすることで<DAO組成による地域活性化の可能性>を検証した。

第1回：ネイチャーポジティブを学び自信を知る

第二期はいくさか『創造の森』の持続性を探究するというミッションも加わり、最年少は16歳、最年長は60歳というバックグラウンドが異なるメンバーが新たに加わり、自然と共生しながら地域内外のコミュニティとしての成熟を目指しプロジェクトが発進。「生坂村公式自然研究員」である第一期生も多く加わってのツアーとなりました。



第2回：「大地の再生」を学ぶ

土中環境を整える「大地の再生」の学びと実践。自分自身を知る「薬膳学」と生物多様性の観察を中心に、里山に必要な手を入れて再生させる活動。その全てが見事にシンクロする第2回目。額に汗をかきフィールドを縦横無尽に動き回り活動する参加者の笑顔と真剣な眼差しが印象的でした。



第6回：餅つき大会と修了式

藤澤村長に認定証をお渡しいただきました。第二期は現地開催に2回以上お越しいただくことが参加条件でした。今期は新たに8名の「生坂村公式自然研究員」が誕生しました。今後も生坂村を定期的に訪れていただき、自然観察を中心とした活動や地域住民との交流をしていきます。「旅するいきもの大学校！」は2年目を迎え、約70名の関係人口を創出しました。(第一期：48名/第二期：22名)



取り組みの成果と課題 (定性的なアウトプット)

消費金額等：目標値1,500,000円/実績1,089,000円  
 その他、地域内での消費額：実績97,900円 (ただしアンケート回答者は29/41名)  
 参加満足度・再来訪意向度：目標値80%以上  
 満足度：大満足30%、満足63% **合計93%が満足以上と高い評価。**  
 再来訪意向度：また行きたい78%、ややまた行きたい15%、**合計93%が再来訪意向を示す。**

取り組みの成果 (定量的なアウトプット)

再来訪者数：目標値60人/実績62人  
 宿泊を伴う来訪者数 (延べ宿泊数)：KPI設定なし/実績37人泊  
 実際に訪れた来訪者数：目標値20人/実績14人  
 再来訪率：KPI設定なし/**実績92.8%**  
 来訪回数  
 4回：6人 | 3回：2人 | 2回：5人 | 1回：1人

〈取組概要〉

地域課題解決型観光開発和歌山モデル検討事業協議会（代表主体：株式会社和み）は、産学連携の枠組みのもと、**和歌山市における関係人口の創出と滞在型観光の推進**を目的として事業を実施した。本事業では、都市圏の企業・コミュニティと連携し、**ターゲット層を5つに明確化**したうえで、それぞれに応じたモニターツアーを重点的に展開した。具体的には、①**ファミリー層向け釣り体験**、②**おてつたびによる地域課題解決型滞在プログラム**、③**テレワーカー交流型プログラム**、④**旅行ヘビーユーザー層向けツアー企画**、⑤**大学生による観光開発実践プログラム**を造成し、継続的な来訪につながる仕組みを検証した。さらに**旅マエ講座**や情報発信を組み合わせ、**空き家活用による二地域居住促進調査事業**とも連動し、持続可能な観光地経営モデルの形成を目指した。

〈協議会メンバー〉

株式会社和み  
一般社団法人観光立国プラットフォーム  
学校法人大阪観光大学  
クラブツーリズム株式会社  
〈連携・協力〉  
株式会社インプリージョン、株式会社おてつたび、株式会社aubeBiz、協同組合和歌山県旅行業協会、和歌山市観光協会

①親子での釣り教室  
(インプリージョン)

1回：釣り初心者講座座学  
2回：堤防釣り・魚捌き  
3回：堤防釣り・魚捌き  
4回：船釣り・寿司握り  
3名は4回参加  
参加延べ人員 15名  
延べ泊数 15泊  
消費金額合計 172,000円



②おてつたび  
(おてつたび)

1回：空家再生施設運営  
2回：ヴィラリゾート清掃  
3回：竹灯籠イベント支援  
4回：空家再生施設運営  
2名は4回参加  
参加延べ人員 11名  
延べ泊数 34泊  
消費金額合計 114,000円



③テレワーク  
(aubeBiz)

1回：テレワークセミナー  
2回：熊野古道紀伊路  
3回：紀三井寺・ミカン狩  
4回：タマ電車、加太  
3名が4回参加  
参加延べ人員 13名  
延べ泊数 13泊  
消費金額合計 367,000円



④熊野古道紀伊路など探索  
(クラブツーリズム)

1回：熊野古道紀伊路  
2回：日本遺産和歌の浦  
3回：紀国神話の里、加太  
4回：たま駅長、太田城  
3名が4回参加  
参加延べ人員 12名  
延べ泊数 12泊  
消費金額合計 324,000円



⑤大学生の観光開発  
(大阪観光大学)

1回：再生物件視察  
2回：施設・取組学習  
3回：物件清掃など  
4回：イベント運営支援  
2名が4回参加  
参加延べ人員 9名  
延べ泊数 32泊  
消費金額合計 77,000円



取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

- ①回数を重ねると消費単価が増加、満足度も高くなるが、内容に対して評価が厳しくなる。
- ②B2B2Cの展開は効率的な集客の可能性が高い。タイミングと表現方法、情報量が重要。
- ③総じて「学び」のテーマが複数回の参加につながる。講師（ガイド）がポイント。
- ④複数回参加者、長期滞在者が求めるコンテンツは従来の観光と異なる点の理解が必要。
- ⑤関係人口は目的、趣向が異なるため、同一の枠組みで集約することはできない。

取り組みの成果（定量的なアウトプット）

■再来訪者数	延べ人数	60人	／目標60人
	延べ人泊数	106人泊	／目標90人泊
	再来訪率	94.4%	／目標90%
■消費金額等	地域消費総額	1,054,000円	
	客消費金額単価	17,567円	
■企業調査	アンケート回答	478件	

## 〈取組概要〉

三原市は、三原やっさ祭りや浮城まつりなど、400年以上続く歴史あるお祭りが地域の核として受け継がれてきた一方で、近年は担い手不足や来場者の固定化により、「守りたいが続けるのが難しい」という現場の声が強くなっていった。本事業では、こうした現状を踏まえ、お祭りを単なるイベントとして消費するのではなく、踊り手や運営補助として関わる“役割のある体験”に再構成し、市外・県外の参加者が地域の一員として迎え入れられる仕組みづくりに取り組んだ。具体的には、三原やっさ祭り・浮城まつりを中心に、参加前後の関係づくりを支えるデジタル基盤としてMACHIDUCREW DAOを活用し、旅前の情報発信やお祭り支援をクエストを通じて実施したり、旅中のお祭り参加と担い手貢献、旅後の参加者からの振り返り、改善点提案など再接続までを一体で設計。祭り当日の参加体験に加え、事前の地域理解や事後の関係継続を含めた一連のプロセスを通じて、来訪者が「また来たい人」から「また関わりたい担い手」へと変化していくことを実証した。

### ①MACHIDUCREW DAOコミュニティの活用

- ・DAO上でクエスト型の参加プログラムを設計し、来訪・参加・発信等の貢献度を可視化
- ・旅前：地域理解・参加意欲を高める情報発信
- ・旅中：現地クエスト実施
- ・旅後：振り返り・特典交換を通じた再来訪導線を構築



### ②お祭りテーマ（三原やっさ祭り、浮城まつり）

- ・三原のお祭りは新幹線駅付近で開催されることが多く、二次交通を心配せず気軽に地域の人とお祭りを体験できる交通の良さ特徴。
- ・三原やっさ祭りでは、専用の踊りチームを発足し、浮城まつりでは甲冑体験などそれぞれの特徴を活かしつつ、共通でお手伝い体験と地域交流時間があり、ふるさとのようなつながりを感じられる仕組みを工夫。



### ③役割参加型プログラムによる担い手創出

- ・お祭り当日の運営補助や事前準備など、お祭りを支える側として関わる「役割のある参加体験」をプログラム化した。
- ・市外・県外からの参加者が、単なる来場者ではなく祭りの一員として関わることで、地域側にも外部人材を受け入れる意識の変化が生まれ、継続参加を前提とした関係づくりが進んだ。



### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

【成果】市外参加者が踊り手や運営補助として参加することで、祭り運営側に外部人材を受け入れる意識変化が生まれた。参加者の意識が「一度きりの観光」から「人や役割に会いに来る再来訪」へと変化。DAOによる貢献度の可視化が、地域・行政双方の安心感につながった

【課題】特典交換に係る財源の持続性確保・受入体制の拡充および周辺地域との連携強化

### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

- ・DAO登録者数：378名
  - ・延べ来訪者数：296人（内、再来訪96人）
  - ・地域外の担い手創出：12名
  - ・地域消費額：1,189,327円
  - ・経済波及効果額：1,934,327円
- (地域消費額に地域貢献活動の工数の費用の合算額)

### 〈取組概要〉

トーヤの森における林業の新たなモデル構築を切口に、愛着もつ関係人口（企業）の創出を目指した取組

- \* 森林整備、ネイチャーポジティブ、ブッシュクラフトといった森林における様々な体験プログラムを実施
- \* 試行として、定期的な「open-day」（企業が参加時期を選択可能）の開催等を追加で実施したほか、企業版ふるさと納税のPR、企業LINEの登録の促進や地域住民を呼んだイベント等を実施し、企業の反復継続的な来訪と受け入れる環境整備づくりを造成・実証

#### ①例 森林整備プログラム（森を街に）

AMは森で学び、枝葉など森の素材を収集。PMはそれを街に持ち込み、古民家を飾り付けるワークショップを実施。夜はそこで、林業がテーマの映画の上映会を。本プログラムの参加者のほか、地域の方も招いたイベントとした。



#### ②例 ネイチャーポジティブ企業研修

自然共生サイト登録予定地において、生物調査を学習体験する研修プログラムを実施。ネイチャーポジティブの有効性や生物多様性の必要性について、環境に関心ある企業であっても情報収集できない知見を得ることができた。



#### ③例 定期的開催open-day

定期的に開かれるので企業が時期を選択できるプログラムとして、月1回の定期的開催（open-day）を試行実施。森の素材収集の回など、洞爺湖町の雰囲気合わせた「ゆったりとした時間」の中の活動を前面に出した。



#### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

企業の来訪には研修など業務にプラスな動機ツールが必要で個人とは異なる切り口。一方で来訪企業が「第2のふるさと」と感じるには「人との繋がり」「五感の感動」が効果的で、個人も企業も同じと考察できた。これをモデル式として以下のように整理できる。

- \* 「企業としての参加動機」×「個人としての感情の揺さぶり」

#### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

- \* 来訪者数99人、延べ参加者数140人
- \* 延べ宿泊数97人泊
- \* 延べ再来訪者数44人
- \* 再来訪率31%
- \* 消費額111万円

〈取組概要〉 地域課題の解決および未来創造に資する企業をパートナーとして位置づけ、調査・検証・実証実験・事業化を一体的に推進した。本事業では、異業種複合型企業研修「うらほろアカデミア」を軸に、浦幌町との連携先となり得る企業との関係構築および協働可能性の検証を行った。これにより、浦幌町の基幹産業である第一次産業に対する企業側の協働ニーズを確認し、関係人口の創出や、第一次産業を支援する具体的な事業連携へとつなげた。

### ①「うらほろアカデミア」

答えの出ない矛盾と向き合い既存の価値観を問い直すことで、仕事観・事業観・人生観を再定義することを目的としたプログラムとして、計4回本事業として実施した。また、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」を初開催した。



### ②特定企業との連携構築

地域課題の解決に向け、特定企業との協働を具体化する取組を行った。特定企業の一社であり①に継続参加いただく株式会社インフォーマット様の事業ニーズ等をヒアリングした上でモニターツアーを実施。その後第一次産業を支援する取組として、浦幌町への企業版ふるさと納税等で寄付をいただくことにつながった。



### ③新規企業との連携構築

株式会社国分グループ本社様が①に参加していただき、第一次産業者が抱える課題意識および将来像等への理解を深めた。その後、継続的な協議を経て、2026年1月より同社社員1名が実施主体へ出向。『食の未来』の問いを構造的に捉え直すため活動を開始している。



### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

参加者からは、人的ネットワークの拡張や、不確実性の高い社会において事業・組織・社会を中長期的に捉える視点を獲得したとの声、今後も浦幌町および本事業に継続的に関わりたいという意向が確認されている。また、地域と企業が連携した社会課題解決に向けた協働が複数件創出された。こうした協働を安定的に創出していくために、今後は浦幌町の関係人口施策とも接続させながら関係構築や連携創出のプロセスを整理し、再現性を高めていく。

### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

事業期間内に①を計4回実施、延べ43名が参加した。「うらほろアカデミア カンファレンス」には計71名が参加、過去参加者全体の約50%にあたる48名の企業の方が参加した。また、200万円の企業版ふるさと納税、「環境再生型農業」基金への寄付、企業からの出向者1名等といった、地域と企業が関係人口として継続的につながり協働する成果も確認されている。

## 〈取組概要〉

### 地域との関係性を育み活かす、自律型・地域イノベーション人材を創出

#### 「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」

帰る旅プロジェクトから生まれた独自メソッド（関係性ビルディング・プロジェクトマネジメント等）を活用。企業・自治体人材向け研修に再開発する。参加者との関係性を育み深化し、新たな関係人口を創出する。地域と向き合い、共創からイノベーションを起こす次世代リーダーの育成支援プログラムを実施する。

#### ①現地研修①プログラムの履修

参加者合同キックオフを開催後、現地にてコーチング・ファシリテーション・プロジェクトマネジメント・地域ブランディングの越境学習（2泊3日）。研修後は、個別メンター相談会で研修をフォローすることでより関係性が深化。



#### ②現地研修②成果発表会

参加者各自が自身のパーパスとそこから派生した企画アイデアを創出を行った。プログラムを通して自己分析とともに共創によるイノベーション創出方法を学んだ。満足度100%、再来訪意向度100%（目標：いずれも90%以上）を達成。



#### ③再来訪促進企画

地場産業や地域の生活文化を探究する現地交流体験企画7本をオプションで用意（費用別途）。研修参加者から3名が参加し、追加の再来訪機会を創出した。研修で出会った地域の人材との接点強化、参加者の業務に生かせる学びに繋がった。



#### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

企業人材向けプログラムとしての開発および運営協力人材（地域コーディネーター兼メンター）の育成、参加者との関係性深化などに成果があった。翌期に向け、多様な業種・職種の企業の参加+人数の確保のため、地元メディアが手掛けるUIターン促進事業との販売連携を検討中。観光閑散期や平日宿泊需要促進の解決として期待している。

#### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

- 来訪者数・再来訪者数：10名（UU）
- 再来訪率：100%（3回以上来訪：3名）
- 地域内消費額：42万3000円
- 延べ泊数：22人泊
- 地域コーディネーター：5名（研修メンター担当）

〈取組概要〉2024年1月に発生した能登半島地震を契機に、石川県七尾市・輪島市において、復興支援やCSR・人材育成に関心を持つ企業と、復興に向けた人手やアイデアが不足する地域をマッチングする復興ワークショッププログラムを実施した。被災地視察、語り部講話、地域関係者との対話やワークショップを通じて、企業が地域課題を自分ごととして捉え、自社の強みを活かした継続的な関与を検討する機会を創出した。「関係人口から行動人口へ」という理念のもと、一時的な支援にとどまらず、企業と地域が持続的な関係を構築するモデルの確立を目指した。

### ①ガイドプログラム造成・ガイド育成

被災地の現状や復興の取組を企業参加者へ伝えるため、地域ガイド・語り部による案内内容や視察動線の整理を行った。地域の課題や復興の進捗について、関係者間で情報共有を行い、企業受入時の対応内容の統一を図った。



### ②七尾市内ボランティアセンターの視察

ボランティアセンターを訪問し、災害対応の体制や地域支援の取組について説明を受けた。企業参加者は、被災地における支援活動の実態を学び、企業として関われる支援の可能性について意見交換を行った。



### ③和倉温泉復興計画に関する講義

和倉温泉の復興計画について講義を実施し、観光産業の再生や地域経済への影響について共有した。企業参加者は、復興に向けた地域の取組と自社の知見を活かした連携の可能性について理解を深めた。



#### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

参加企業の多くが被災地の現状や地域課題への理解を深め、自社としての関与・支援の検討に取り組むとともに、語り部および地域ガイドを中心に、受入対応や案内内容の整理・情報共有を行った。あわせて、note・SNS等の活用方法について情報提供や整理を行い、能登地域への関心喚起につなげている。

#### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

- ・参加企業数：7社
- ・延べ来訪者：163名
- ・再来訪：0名（0%）※
- ・地域消費額（想定）：約570万円

※団体研修としての参加が中心で年度予算の都合から初年度は単発実施のみ

## 〈取組概要〉

雄大で豊かな暮らしが育まれている長野県千曲川流域。2020年から千曲市を中心に実施されてきた「レボ系ワーケーション」で、700人以上の関係人口を創出してきたノウハウをもとに、新たに企業向け・五感全開「レボ系アクセラレーション」として人間関係を構築し、地域資源を大きく使った事業構想をつくるプログラムを展開。**[事業構想]=[自分も自社も地域も登場するものがたり]**と考え、個人としても企業としても長期的な関わりしろを作り、継続的なコミュニケーションや定期的な来訪につながる軸となっている。

### 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度的に進めるには、人の関係性を短時間で一気に深めることが必要。自然、カルチャー、食を存分に使い「共通体験で相手を知り、自分を解放して曝け出す」プログラムを実施。(1泊2日を2回：千曲市、上田市)



### 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。農・畜産から観光など多分野で没入力と妄想力を磨く。公共交通(観光列車等)を利用したルートを用意。(1泊2日を2パターン：千曲市、上田市、東御市、立科町)



### 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合宿。静かで集中できる湖畔シェアオフィスを貸し切り、都心で事業づくり専門家も交え、受入側も自主的に構想発表する共創の場に。(2泊3日を1回：立科町)



### 取り組みの成果と課題 (定性的なアウトプット)

参加者主役のプログラム設計が参加企業の自主性を促し、受入側もまだまだ自分たちでできる取組があると気づき、互いが「将来への希望」を感じ合う絆と互いの成長が見られた。合宿を経て事務局や伴走者などにも変化が現れ、事務局側が主体となって参加者を巻き込む構想も自主的に発表された。双方向で素晴らしい機会となった。

### 取り組みの成果 (定量的なアウトプット)

参加者のべ人数(東京ガイダンス含む)：107人・日  
千曲川流域への来訪者のべ人数：46人・泊  
重複除いた来訪者実数(再来訪率)：24名(20.8%)  
最後の発表された事業構想数：9事業  
共創に参加した地域内外の企業数：12者(社)

〈取組概要〉本事業は、企業が学校公休制度「ラーケーションの日」取得を子育て中の社員に促進し、家族と共に平日に来町することを通じて「企業版第2のふるさと」創出を目指した実証である。トヨタ自動車デジタル変革推進室等と連携し、「見えない学力」等育成や社有林活用、地域課題解決ボランティアを含む20種類の体験プログラムを開発した。地域ボランティアの効果が地域に浸透し、また来訪者が「第2の担い手」へ成長する可能性も実証した。さらに持続可能な推進に向け、地域コーディネーターの育成に加え、遠隔交流の仕組み構築や大台町観光促進基本計画への明記を行政へ提言。次年度の本格展開に向けた強固な基盤を構築できた。

### ①企業戦略と連携した継続的誘客モデル

デジタル変革推進室等と連携し、地域に学ぶ「ラーケーション」が社員のウェルビーイングに資する共通認識を形成。社内への広報ルート等連携体制を確立し、地域に継続的にかかわる仕組みを構築。



### ②「見えない学力」を育む20の体験開発

社有林活用や地域資源を活かし、企業の教育ニーズに応える「ラーケーション」プログラム20種を造成。参加者の知的好奇心を満たし、満足度・再来訪意向100%という質の高い学びの場を創出。



### ③地域課題の体験化から第2のふるさとへ

水路清掃等の地域課題をボランティア体験化。作業を通じた貢献実感により、参加者が「地域を守る担い手」へ意識変容するプロセスを実証。継続的な関わりを生む「第2のふるさと」の核心。



**取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）** 【成果】従来の消費型観光を脱却し、AI時代に不可欠な思考力回復や生物多様性など、社会課題に企業と地域が共に挑む「ラーケーションによる第2のふるさと化」モデルを構築。【課題】平日家族滞在には長期の計画性が不可欠であり、直前募集が障壁となった。次年度は企業の年間計画に合わせた早期周知と、単身参加もターゲットにする方向転換が急務である。

**取り組みの成果（定量的なアウトプット）** 募集期間の短さ、冬期リスク、休暇調整の壁により制度利用は0組。実績19人、再来訪率14%、消費額41,600円と目標未達も、満足度と再来訪意向は100%を記録。町観光振興計画に「ラーケーション」が明記

## 〈取組概要〉

持続的な医療関係者の還流を促すことで、観光振興と持続可能で安心・安全な離島医療環境の充実との両立を目指す。

- ①医療人材を対象に離島医療会議のようなへき地医療の現状や課題を学ぶ研修機会の提供
- ②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の提供
- ③診療所における代理診療を行うことでへき地医療に実際に携わる機会の提供

### ①離島医療会議の開催

離島医療会議の開催等により離島医療の課題等の情報発信・関係者への共有を行う。参加者のうち3割が医師であり(医療従事者を含めると、全体の半分)、共通の課題を抱えているネットワークの構築、離島間の連携した医療体制の構築が図られた。



### ②観光体験の提供

隠岐ユネスコ世界ジオパークの眼前に広がる手つかずの地球(ジオ)の風景を満喫。自転車で島を一周する観光コンテンツやイベントへの参加などにより、長期間の滞在に対する満足度も上げることができた。



### ③離島医療の提供(代診)

診療所として島外の医師の代理診療の受け入れを行うために、個人医師のネットワークの活用だけでなく、医療法人やワーケーション事業を行っている企業との連携も今後に向けて実証できることから、持続可能な医療体制の強化を図ることができた。



### 取り組みの成果と課題 (定性的なアウトプット)

世界ジオパークに認定されている自然や伝統文化等の観光体験を通じて、医師の関係人口が増え、海士町において代理診療が可能な医師(法人からの派遣・紹介を含む)を複数名(新規1社、既存1社)確保することができた。また、代理診療医師の滞在期間について、長期間(2~4週間)も可能となっており、医療体制の充実に加えて、宿泊施設や飲食店を含めて観光面での経済効果も高まっている。

### 取り組みの成果 (定量的なアウトプット)

離島医療会議参加者：517名(うち3割が医師)  
来訪者、再来訪者：3人(医師、再来訪率100%)  
延べ宿泊数：70人泊  
地域消費額：2,000,000円

## 〈取組概要〉

琴平町が目指す「観光まちづくり」に共感する企業を対象に、地域課題解決と「企業の関係人口化モデル」の創出を目指した実証事業。企業のニーズに合わせた旅マエ～旅アトのステップに即した滞在プログラムを造成し、6社との共創プログラムを実施。関西エリアでのプロモーションイベント開催や地域コーディネーターの確保・育成にも取り組み、企業が地域づくりの担い手となる持続的な関係構築の仕組みを検証した。

### ①企業の共創・交流・体験プログラム

6社との共創プログラムを実施。

- ・カヤック：SMOUTサービス拡張実証
- ・Arinos：CVC活用モデル検討
- ・関西電力：ワーケーションモデル検証
- ・TABIPPO：特典制度構築
- ・chikaken・和平：竹あかり設置など



### ②関西エリアでのプロモーションイベント

- 11月26日 QUINTBRIDGE (大阪)  
「企業×地域 共創セッション」開催
- ・参加者45名/満足度9.08点
  - ・共創意向81.6%
  - ・個別相談希望8社獲得



### ③地域コーディネーターの確保・育成

【人材確保】SMOUTを活用。  
10月より新たに1名が着任。

【育成勉強会】12月に先進的に取り組むかまいしDMC河東氏を講師に実施。

【成果】3名育成達成→勉強会でインフォーマルマネジメントや地域資源を生かした事業の手法などを学んだ。また、プログラムを通して参加企業を伴走支援した。



### 取り組みの成果と課題（定性的なアウトプット）

- ・共創プログラムを通じ、企業の関係人口化モデルの基盤を構築。各社の実証テーマに応じた地域キーマンとの交流を促し、地域課題の解決と企業の実証フィールドの基盤を整備した。
- ・地域コーディネーター3名の育成を達成し、複数企業プログラムの並行実施体制を整備した。
- ・官民連携の実施体制を構築し、持続的なプログラム販売の基盤を形成。

【課題】収益モデル構築が重要課題：プロモーションイベントで獲得した見込み企業の獲得を強化しつつ、プログラムの付加価値向上と適正価格設定を両立させる。販売チャンネルは専用LPを活用し、収益モデルを確立のうえ、段階的な自走化を図る。

### 取り組みの成果（定量的なアウトプット）

- ・来訪者数（延べ）：46人
- ・宿泊者数（延べ宿泊数）：97人泊
- ・再来訪者数：11人（2回来訪6人、3回来訪5人）
- ・再来訪率：35.5%
- ・参加企業数：6社
- ・地域消費額:1,218,000円（概算）