

ワデュケーションにおける自己表現を起点とした 関係人口創出モデルに関する調査 ～鹿児島県 伊仙町における実践事例～

A Research Report on a Model for Creating a Related Population through Self-Expression in Woducation Programs:
A Practical Case Study of Isen Town, Kagoshima Prefecture

N T T 東日本株式会社 地域循環型ミライ研究所

第1章 研究背景・目的

第1節 研究背景

近年、日本社会においては、少子高齢化の進行や人口減少、雇用環境の変化といった社会構造の変化に加え、デジタル技術の進展を背景として、働き方の柔軟性や自由度が増していると指摘されている。テレワークや副業・兼業の広がりなどにより、個人が活動する領域は拡張し、所属する組織や居住地に囚われない形で、自己実現や自己表現を試みる動きがみられる（公益財団法人労働問題リサーチセンター, 2023）。

こうした状況のもと、企業における人的資本経営の文脈では、組織の外部に学習の機会を求める「越境学習」が、創造的価値を生み出す人材育成の手法として注目されている。越境学習では、個人が未知の環境に越境して新たな視点や価値観を獲得し、成長することが期待される。よって、イノベーションに適した組織風土を作る切り札として、これからの人材育成に必要とされていると言える（原田, 2025）。

他方、地域社会に目を向けると、人口減少や担い手不足の進行により、地域内部の人材のみでは対応が困難な課題が増加している。そのため、地域外の人材が有する知見や創造性を取り入れる必要性が指摘されており、移住や観光にとどまらない形で地域と関わる「関係人口」の創出が、地域活性化の方策の一つとして位置づけられている（総務省, 2018）。

しかしながら、関係人口をめぐる取り組みは多様に展開されている一方で、参加者の関わりがどのように具体的なアウトプットや地域における価値創出へと接続されるのかについては、十分に整理されているとは言い難い。特に、関係人口の形成過程を、その量的側面に加え、「ど

のような関わりが生じているのか」という質的側面から捉え、そのプロセスと成果との関係を検討した研究は、いまだ限定的であると考えられる。

第2節 先行研究の到達点と課題

変化の激しい世界において成長するには、特定の領域において体系的な専門知識を習得していく「垂直的な学習」だけでは不十分とされており、部門や組織を超えて問題を解決する「水平的な学習」が不可欠になると言われ (Engestrom, 2001, 2004)、専門領域を超えて行われる「越境」が注目されている。先行研究においては、企業人材の成長に関する議論として、越境学習が個人の認知や行動の変容を促すプロセスについて一定の知見が蓄積されてきた。例えば、自分の領域と明確に異なる領域の人々と協働する活動である「ボランティア活動」「地域コミュニティ」「異業種交流」が、本業における業務改善活動を促していることが明らかにされている (石山, 2019)。他にも、石川県能登地域をフィールドに実施された企業研修を対象とした研究では、現地に足を運び、新たな価値観や課題に触れる経験が内省を促し、地域課題の「自分ごと化」の促進や、「プロアクティブ行動」の向上変容を促す可能性などが示唆されている (NTT 東日本, 2026)。さらに、秋田県鹿角市にて実施された企業の社員を対象とした関係人口に関する研究では、祭りに参加することで、地域への関心や愛着の醸成を通じて、継続的な地域関与に影響を及ぼす可能性が示唆されている (NTT 東日本, 2025)。

このように、越境先の地域を学ぶことや、地域交流等の経験が個人の内面的変容や地域への関与に影響を与えることについては一定の知見が蓄積されている。一方で、本研究の関心に照らすと、こうした内面的変容が具体的なアウトプットの創出や地域における社会的・経済的価値の創出とどのように接続されるのかについては十分に整理されているとは言い難い。特に、企業人材の学習プロセスと地域における価値創出とを一体的なプロセスとして捉えた検討は、いまだ限定的であると考えられる。本研究は、こうした課題に対し、企業人材による地域での実践を通じた内面的変容と、具体的なアウトプット創出および地域における価値創出との関係を統合的に捉えようとする点に特徴を有するものである。

第3節 研究目的

以上を踏まえ、本研究の目的は、鹿児島県大島郡伊仙町にて実施したワデュケーションを対象に、地域をフィールドとした自己表現の機会が、参加者の内面的変容および地域の社会的・経済的価値創出にどのような影響を及ぼすのかを明らかにすることである。(ワデュケーションは Work (仕事) + Education (地域学習) + Vacation (休暇) を指す)

具体的には、地域に関わる入り口としてのワデュケーションにて、参加者が地域課題をもとに企画を立案・具現化していくことで、自分ごと化、創造的自己効力感、心理的所有感といった

内面的意識がどのように変化するかを検証することである。あわせて、こうした変容に対する地域側の評価を重ねて考察することで、関係人口創出の形成及び価値創出との接続可能性を検証する。本研究は、ワデュケーションという地域越境の実践を、参加者の心理的変容と地域への価値創出の双方の観点から統合的に捉える点に特徴を有し、「企業研修×地域」による価値循環のプロセスを実証的に示すものである。

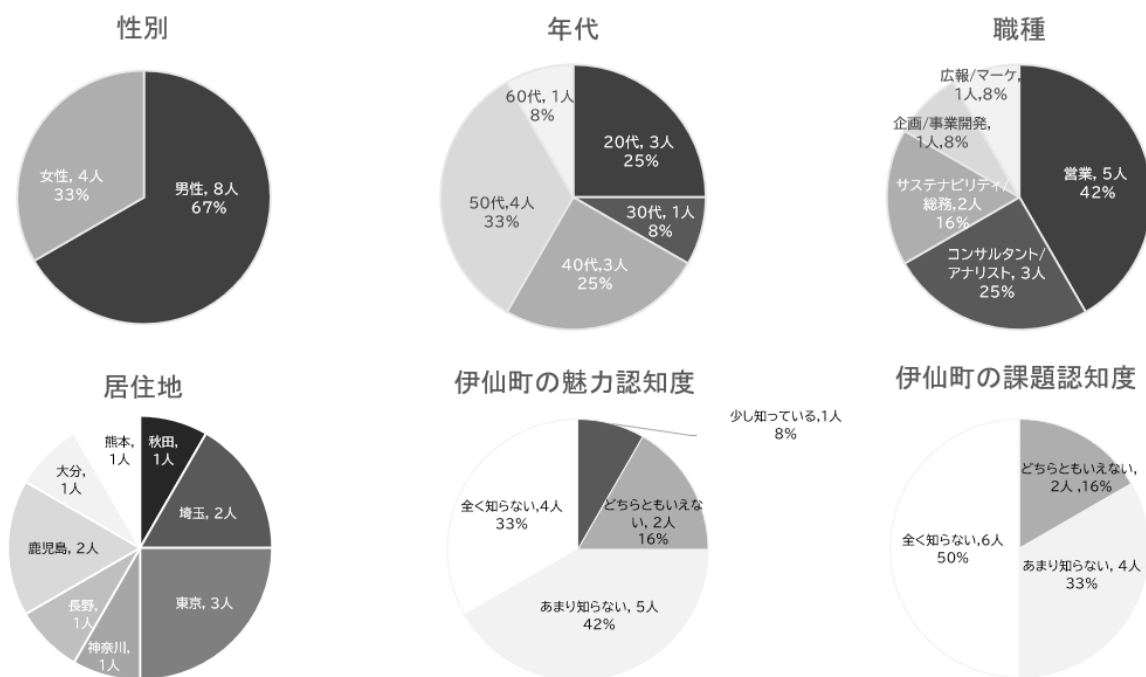
第2章 研究対象・研究方法

第1節 研究対象、調査地の概要

本研究は、伊仙町にて企業の社員を対象に行った3泊4日のワデュケーションプログラム(以下、本プログラム)の参加者、12名を対象としたものである。なお、本プログラムには株式会社NTT Landscapeと株式会社マッシュアップが運営として参画している。

開催地となった伊仙町は、百寿者率や特殊出生率の高さを特徴とする「子宝と長寿のまち」として知られ、結いの文化(人と人、集落や集落の繋がり)を基盤とした相互扶助の社会、世界自然遺産「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」(2021年7月に登録)の一部として、独自の自然環境、食文化を有する地域である。以下、調査対象者の基本情報を【表1】に示す。

【表1】調査対象者基本情報



(出所) ミライ研 作成

第2節 研究方法

本プログラムでは、こうした伊仙町の特性を活かし、企業の社員が短期間滞在しながら地域資源を学び、編集（情報や体験の再構成）し、地域に提案するだけでなく、その内容を地域と協働して実装段階まで展開する実装型プログラムを設計した。具体的には、3泊4日の滞在期間中に、地域視察や体験、住民や事業者との対話、ワークショップを通じた企画立案などを行い、最終的に「ふるさと納税ツアー」という具体的なアウトプットを創出する構成とした。単なる交流や学習に留まらず、「地域に何を残すのか」を明確にした点が、本プログラムの特徴である。

研究対象である研修参加者12名に対しては、研修の参加前・後にアンケート調査を実施した。参加者の地域課題をもとに企画を立案・具現化していくプロセスにおける内面的意識の変化に着目し、地域課題を自身と紐づける認識（自分ごと化）、アイデアを生み出し形にできるという認識（創造的自己効力感）と、生み出した成果を自分のものとして引き受ける感覚（心理的所有感）を主な調査指標として、5段階のリッカート尺度における選択式の設問を用意した。あわせて、関係人口的側面を把握するため、伊仙町への継続的な関与意欲等の設問を設けている。以下にプログラムの主な行程を【表2】に示し、主な要素については概要や引用背景等を記載する。

【表2】プログラムの主な行程

	プログラム内容
DAY1	<ul style="list-style-type: none">・オリエンテーション・伊仙町紹介：地域、事業説明・インタラクティブトーク：地域事業者との対話・懇親会（地域含む）
DAY2	<ul style="list-style-type: none">・地域学習：塩づくり体験/クバカゴ制作体験・昼食：おうちカフェしまじかん・フィールドワーク：300年ガジュマル、喜念浜、カムイヤキの森など・デザイン思考ワークショップ
DAY3	<ul style="list-style-type: none">・チームビルディング研修：NTT Landscape主催・昼食：ばあばのお弁当・フィールドワーク：なくさみ館(闘牛場)・デザイン思考ワークショップ
DAY4	<ul style="list-style-type: none">・最終プレゼンテーション・講評、まとめ

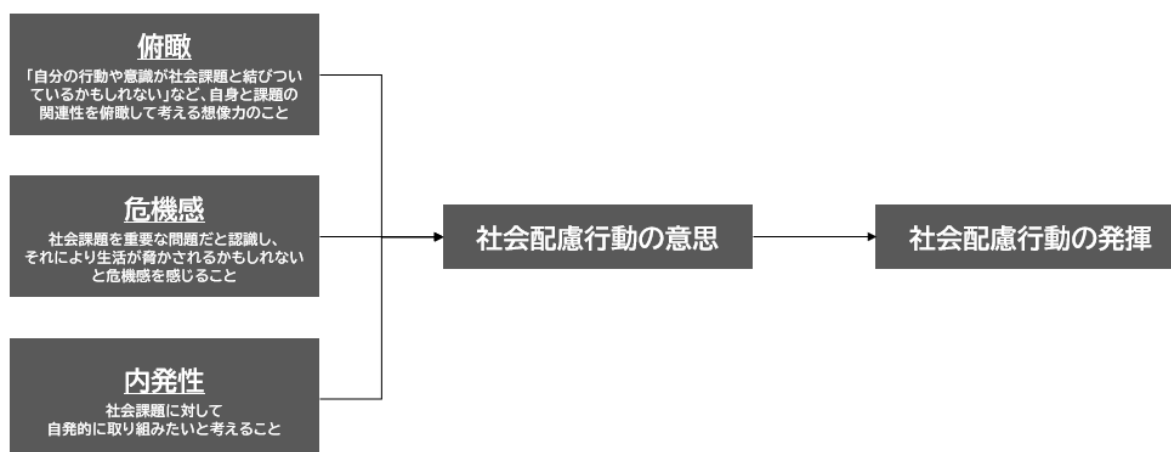
※ワークショップやテレワークは伊仙町サテライトオフィスにて実施

(出所) ミライ研 作成

要素1：自分ごと化

自分ごと化とは、社会課題や地域課題を他人ごととしてではなく、自身の生活や価値観と結びつけて捉える認知的・情緒的状态を指す。NPO 法人クロスフィールズ(2024)は、「社会課題の自分ごと化は「俯瞰」「危機感」「内発性」の3つの要素で促進される」と明らかにした「社会配慮行動促進モデル」を提唱している。本研究でもこれら3つの要素【表3】について、主に5段階で回答（一部記述にて回答）を求め、研修が「自分ごと化」の促進に寄与しうるのかを調査した。

【表3】社会配慮行動促進の理論モデル



(出所) NPO法人クロスフィールズ「越境の生み出す効果の検証

～プログラム参加者の社会配慮行動の促進についての分析」(2024)より、ミライ研作成

要素2：創造的自己効力感

創造的自己効力感とは、「自分は創造的な成果を生み出すことができるという自信（能力に対する認知）」を指す概念であり、Tierney and Farmer (2002) によって理論的に整理されている。これは、創造的なアイデア創出や問題解決に対する自己評価を通じて測定され、実践を通じた成功体験によって高まりうることが示されている。本研究では、地域資源を活用したツアー企画という実践的課題に即し、1:新しいアイデアを生み出せる感覚、2:アイデアを具体的な企画としてまとめられる感覚、3:制約条件の中で工夫できる感覚の3点から、創造的自己効力感を測定した。

要素 3 : 心理的所有感

心理的所有感とは、法的な所有関係とは無関係に、ある対象を「自分のもの」と感じる心理状態を指す。心理的所有感の測定には、Van Dyne & Pierce (2004) の7項目尺度や、Avey et al. (2009) による多次元尺度が広く用いられている。これらの先行研究では、1:知識意識(対象をよく知っているという主観的感覚)、2:統制感、3:自己投資、4:責任感、5:自己同一化といった次元が、心理的所有感を構成する重要な要素として示されている。本研究では、ワデュケーションプログラムという実践的文脈に即して、これらの次元に対応する設問を再構成し、心理的所有感を測定するための質問項目を独自に設計した。

【写真1】ワデュケーションの様子



(出所) ミライ研撮影

【表4】最終日に提案された参加者の企画案

	企画案(概要)
A班	ストレスリリースサイクリングツアー 多忙なワーキングウーマン向けに、食・伝統・自然・地域の人とふれあい、非日常を体験することで、リトリートとストレスリリースを提供する企画
B班	親子ハイブリット冒険ツアー 都市部で働く子育てファミリー層向けに、心身リフレッシュ&学びの体験を「親子同時満足型」と「親子独立満足型」の二案で提供する企画
C班	健康ツアー 「長寿(健康)」×「自然」を軸として、健康状態の把握(島民の方と)→島の魅力(長寿の秘訣)を体験→島の暮らしを体験することで、健康に生きる為の秘訣と尊さを知ってもらう企画
D班	とくのしま探究 Thank you! ツアー 子供をターゲットとした本格的な探求学習プログラムを構成し、タンカン(タンカン)の苗木を植えることで「また島に帰ってきたくなる」仕組みをつくる企画

(出所) ミライ研 作成

第3節 分析方法

アンケート調査は、5段階（5：とても思う/4：やや思う/3：どちらともいえない/2：あまり思わない/1：全く思わない）のリッカート尺度における選択式を採用した。要素1及び2は参加前・後で同様の設問を設け、分析は各要素にて参加前・後の平均値差分(向上度)を算出し、意識変化を定量評価した。要素3は同じく5段階の選択式で参加後のみ収集している。なお、これらの定量的データに加え、事後のアンケートでは一部自由記述欄を設ける定性情報の収集により、定量情報の考察を補う形をとった。

第3章 結果

ワデュケーションによる内面的意識変容を測るため、参加前・後に収集した「自分ごと化」「創造的自己効力感」のアンケートの結果を表で示し、参加後にのみ収集した「心理的所有感」と「継続的な地域関与」に関するアンケートの結果に関してはグラフも用いて示す。

要素1：自分ごと化

【表5】自分ごと化 の結果

	自分ごと化	参加前	参加後	変化
【俯瞰(認知)】	日々の自分の行動や意識は、なんらか地域に結びついている	3.3	3.7	+0.4
【危機感(自己との関連性)】	地域の課題は自分の業務や生活に密接に関連している	3.5	3.5	±0.0
【内発性(能動化)】	自分の行動が地域の課題解決につながると思うので、何か行動したい	4.2	4.5	+0.2

(出所) ミライ研 作成

【要素1:自分ごと化】に関するアンケート結果では、「俯瞰（認知）」を測る自分の行動や意識と地域との結びつき、そして「内発性（能動化）」を測る地域に対する行動意欲は、参加後にポイントが上昇し、【自分ごと化】の促進が示唆される結果となった。

要素2：創造的自己効力感

【表6】創造的自己効力感 の結果

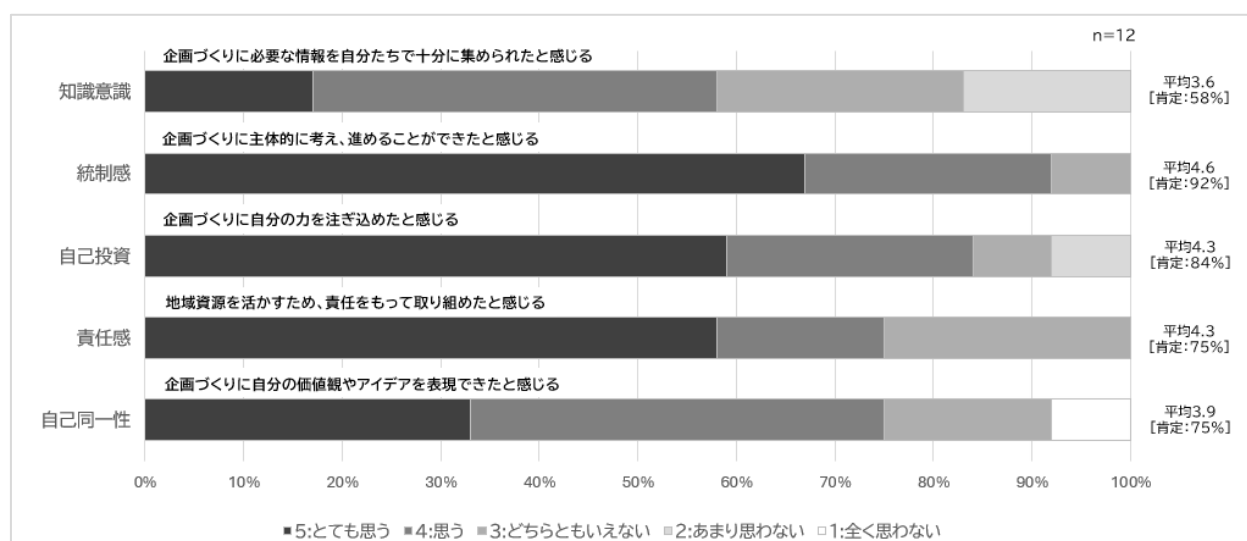
創造的自己効力感	参加前	参加後	変化
業務において、新しいアイデアを生み出すことができる	3.8	4.1	+0.3
自分のアイデアを、実際に形のある企画としてまとめることができる	3.5	4.1	+0.6
与えられた条件や制約の中でも、工夫しながら企画を考えることができる	3.8	4.1	+0.3

(出所) ミライ研 作成

【要素 2：創造的自己効力感】に関するアンケート結果は、全体的にポイントが上昇した。中でも、アイデアを具体的な企画としてまとめられる感覚は大きくポイントが上昇(+0.6)しており、ワデュケーションによって成果を生み出すことができるという「創造的自己効力感」の高まりが確認された。

要素 3：心理的所有感

【表 7】 心理的所有感 の結果

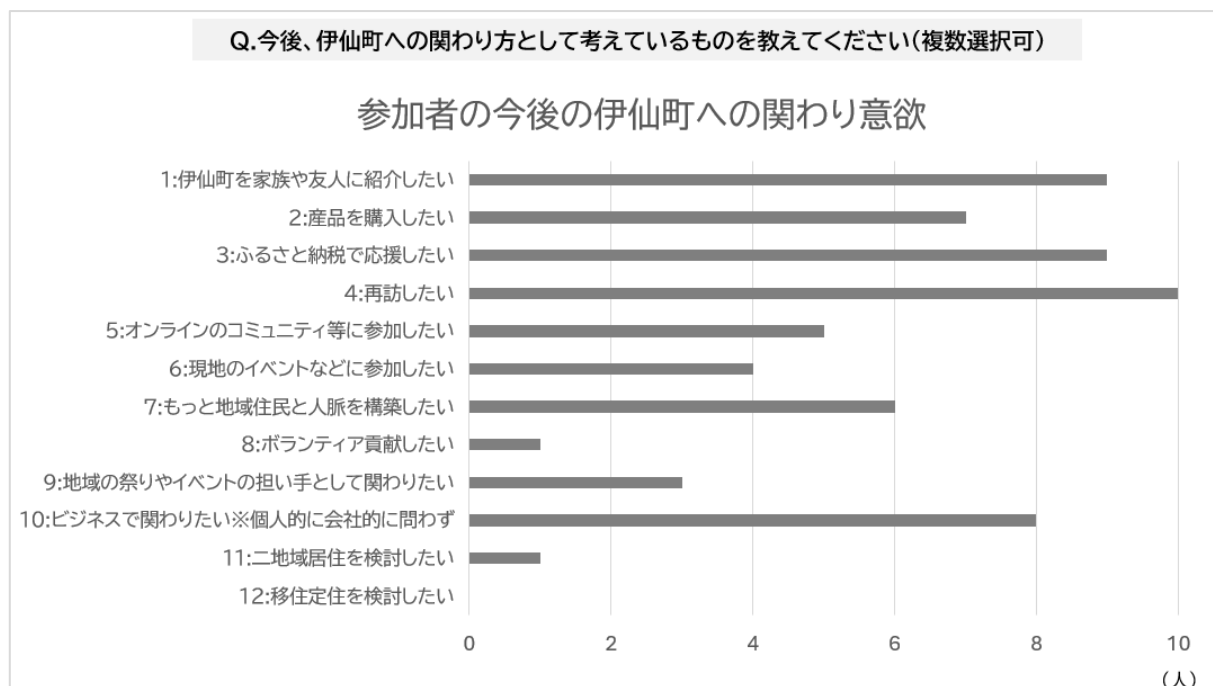


(出所) ミライ研 作成

【要素 3:心理的所有感】に関するアンケート結果は、全体的に正の回答にあたる「とても思う」「やや思う」への回答率が約 60%以上を占める結果となった。これは、一定程度、ツアー企画を自分ごと化して推進できたことの表れであり、ワデュケーションが心理的所有感に好影響を与える可能性があることが分かった。5つの項目の中で、一番平均点が高かったのは統制感であり(平均 4.6)、参加者が「自分の手で企画化できた」と感じたことが分かる。一方、一番平均点が低かったのは、知識意識であった(平均 3.6)が、負の回答にあたる「あまり思わない」の回答率は 17%であるため、参加者は一定程度、知識の獲得感を得られたといえる。

継続的な地域関与

【表 8】 継続的な地域関与 の結果



(出所) 地域循環型ミライ研究所 作成

【継続的な地域関与】では、伊仙町への関わり（関係人口）意欲を収集している。複数回答を求めた結果、「知人への紹介」「ふるさと納税」「再訪」の回答率は75%以上であった。次いで、「ビジネスでの関わり」「産品の購入」「地域住民との人脈構築」の順に回答が多かった。ビジネス関与や地域住民との関係深化は、地域との関与がより深い選択肢である。以上から、ワデュケーションによって多様な関係人口の創出が期待できる結果となった。

第4章 考察

本章では、前章までの分析結果を踏まえ、ワデュケーションが参加者にもたらす内面的変容および地域との関係性の変化について考察を行う。具体的には、自分ごと化、創造的自己効力感、心理的所有感の三要素の変化に加え、継続的な地域関与の意向に着目し、その特徴と背景を整理する。あわせて、これらの変化が参加者個人にとどまらず、所属企業および地域側にとどのような影響を及ぼしているのかについて、補足アンケートの結果を用いながら検討することで、ワデュケーションの効果を多角的に捉えていく。

第1節 3つの要素

分析の結果、ワデュケーションを通じて【要素1：自分ごと化】が一定程度促進されることが示唆された。プログラムでは、エコツアーガイドやゲストハウスのオーナーなど、複数の地域事業者から地域の魅力や課題について話を聞く機会が設けられていた。そのため、参加者にとっての「地域」に対する解像度が高まり、地域と自身との結びつきが強化された可能性がある。この点は、自由記述において「温かい気候や豊かな自然、脈々と引き継がれてきた文化が人々の行動原理になっていると感じた」「地域との関わりについて個々が意識をもつ重要性を実感した」といった意見が挙げられていることから裏付けられる。

さらに、参加者は地域住民の生き方やキャリアからも影響を受けていた。例えば、ある地域住民は大学進学を機に一度島外へ出た後、伊仙町の価値や魅力を再認識し、Uターンを経て地域で事業を立ち上げていた。このような事例は、地域との関わりを自らの生き方や仕事に結びつける実践として、参加者に具体的なイメージを与えたと考えられる。指出(2016)は、地域活性化の担い手の特徴の一つとして、地域に根ざした活動を楽しむ姿勢を指摘している。本研究においても、地域住民が自らの関心や価値観に基づいて地域の価値を事業へと転換し、それを主体的に楽しんでいる様子が、ワデュケーションを通じて参加者に共有された可能性がある。

次いで、【要素2：創造的自己効力感】については、全体としてポイントの上昇が確認された。中でも、「自分のアイデアを実際に形のある企画としてまとめることができる」という、アイデアの具現化に関する項目において顕著な変化がみられた。本プログラムでは、ふるさと納税の返礼品としてツアーを企画することを目的とし、ペルソナ設定をもとに顧客の課題を捉え、その解決策を検討するデザイン思考型のワークショップが実施された。こうしたプロセスが、参加者に具体的なアウトプットを構想・形成する経験をもたらし、創造的自己効力感の向上に寄与した可能性がある。

また、企業組織における先行研究では、個人単位よりもチームでの活動の方が創造的自己効力感を高める傾向があることが指摘されている(石黒ら, 2023)。本プログラムにおいても、3～4人で構成されるチーム単位で企画立案を行っていたことが、こうした傾向と整合的な結果につながった可能性がある。以上より、ワデュケーションは、アイデアを具体的な企画へと昇華させる実践的なプロセスを通じて、創造的自己効力感の向上に寄与する可能性が示唆される。加えて、その効果を高める上では、個人の能力開発にとどまらず、チームとしての協働的な創造プロセスを設計することが重要であると考えられる。

そして、【要素3：心理的所有感】については、「自己投資」および「責任感」に関する項目において相対的に高いポイントが確認された。研修当日の参加者の動きを観察した結果、参加者は限られた資料作成時間の中で、自治体職員(地域住民)から積極的に情報収集を行い、外部の視点から伊仙町の価値を捉え直しながら企画立案に取り組んでいた。こうした主体的な動きは

「自己投資」や「責任感」の高まりにつながった可能性がある。一方で、「知識意識」に関するポイントは、他項目と比較して相対的に低い水準（平均 3.6）にとどまった。この背景には、3泊4日のプログラムのうち、ツアー企画に必要なリサーチに充てられる時間が実質的に約2日間と限られていた点が影響していると考えられる。以上より、心理的所有感の醸成においては、主体的な関与を促す実践機会が有効である一方で、地域理解を深めるための十分な情報収集・探索の時間を確保することが重要であると示唆される。

ここまでの結果を、モチベーション理論の一つである職務特性理論（J. Richard Hackman & Greg R. Oldham, 1976）に基づいて整理すると、本プログラムの特徴がより明確に捉えられる。職務特性理論は、仕事の設計が個人の内発的動機づけに影響を与えることを示しており、5つの特性がモチベーションを高めるための核心的（重要）な特性と考えられている。

- 1) 技能多様性：単調な仕事ではなく、自分が持つ多様なスキルや才能を活せる仕事
- 2) タスク完結性：始めから終わり（完結）までの全体を理解した上で、関われる仕事
- 3) タスク重要性：他者の生活や社会にインパクトをもたらす重要な仕事である仕事
- 4) 自律性：自分で計画を立て、自分のやり方で進められる裁量度の高い仕事
- 5) フィードバック：結果の行方や手応えを、その都度、知ることができる仕事

上記の観点を本プログラムに当てはめて整理すると、ワデュケーションは、異なる背景を持つ参加者同士が知見やスキルを持ち寄り【技能多様性】、ツアー企画を最終的に形にするという一連の活動の下【タスク完結性】、地域の課題を自らのテーマとして扱う経験【タスク重要性】を有していた。加えて、参加者は主体的に企画検討を進め【自律性】、メンターからの助言や講評【フィードバック】を得られる環境にあった。これらの職務特性が複合的に作用したことにより、参加者の心理的所有感の形成が促進された可能性が示唆される。さらに、心理的所有感とは、個人と組織との関係において組織コミットメントに先行する要因であり、組織成果や競争優位性と関連することが指摘されている（Van Dyne & Pierce, 2004 ; Liu et al, 2012）。以上より、ワデュケーションを通じた心理的所有感の高まりは、地域への関与にとどまらず、参加者の所属組織における主体的行動や活性化にも波及する可能性があると考えられる。

第2節 継続的な地域関与

次に、参加者の「今後の伊仙町への関わり意欲」に着目すると、「再訪」「ふるさと納税」「家族・知人への紹介」といった回答が多くみられた。自由記述においても、「町への理解が深まったため、じっくり時間をかけて再訪したい」「地形や地質、水などの歴史を体系的に理解したい」「伊仙町の魅力をさらに知り、深めたい」といった、地域理解の深化に関する意見が複数確認された。これらの結果から、ワデュケーションを通じて多様な地域資源に触れ、それらをツアーという形でアウトプットするプロセスが、参加者の地域理解を深めた可能性が示唆される。

心理的所有感における「知識意識」の得点は相対的に高い水準ではなかったものの、関与意欲を定量的・定性的に捉えると、地域理解は一定程度深化しており、それが多様な関与行動へとつながっていると考えられる。

さらに、「ビジネスでの関与」(66%)や「地域住民との人脈構築」(50%)といった回答が一定数みられた点にも注目したい。自由記述では、「伊仙町の“人”に魅力を感じた」「この縁を今後もつなげていきたい」「公私ともに関わりを継続したい」といった意見が挙げられており、地域住民との直接的な交流が関与意欲の形成に影響を与えていることが伺える。加えて、参加者はツアー企画という形で地域資源を経済的価値に結びつける検討を行い、その成果に対して地域側から前向きなフィードバックを得ていた。このような経験が、地域との関係性をより実践的・持続的なものとして捉える契機となり、ビジネスを通じた関与意欲の形成にも寄与した可能性がある。さらに、このビジネスでの関与は、関係人口の中でも地域への影響力が強い「共創層」として位置付けることができるため、地域との深い関わりが期待できる。(NTT 東日本, 2025)。

第3節 企業にもたらす効果

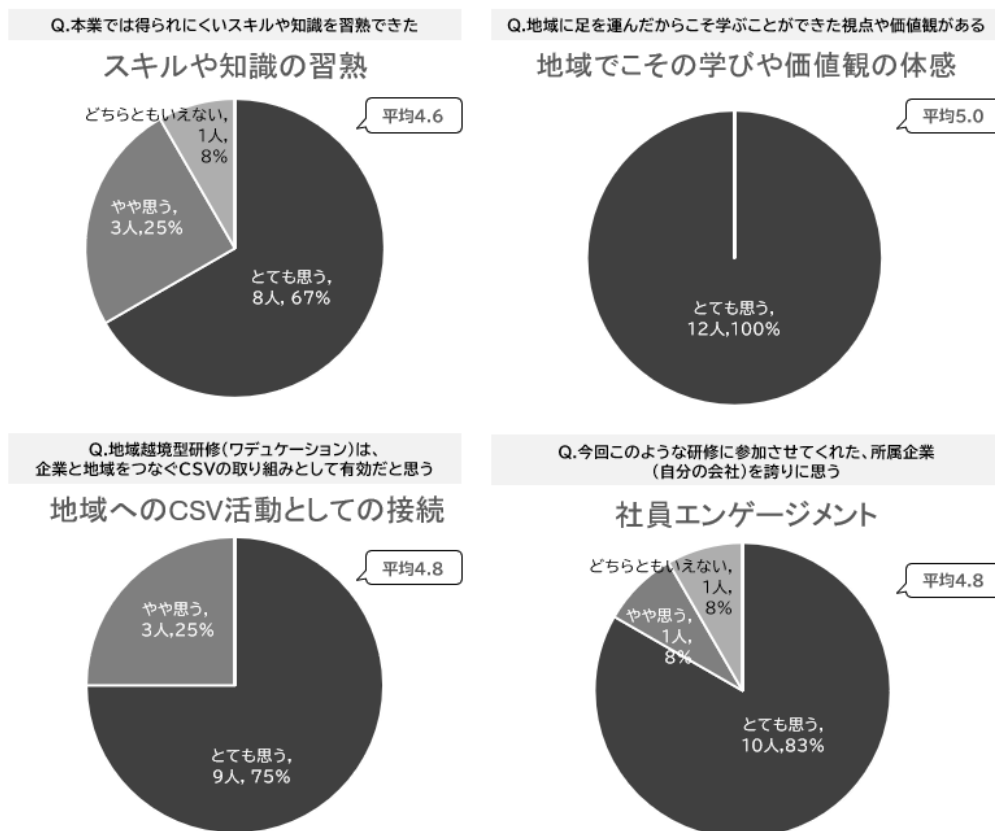
ワデュケーションでは、越境によって地域の実態に触れる過程を通じて、多様なスキルや知識の獲得が促される。【表9】補足アンケート①によると、参加者の約90%が、本業では得られないスキルや知識の習熟について肯定的に回答しており、地域でこそその学びや価値観の体感については全員が「とても思う」と回答した。自由記述においても、デザイン思考(課題把握、深掘り、バックキャスト思考)やチームビルディングの手法に加え、実際に現地に足を運び、自ら考えることの重要性が、本業にも活かし得るスキルとして挙げられており、越境体験を通じた学習効果が定量的・定性的の両面から確認された。

さらに、前節で示した【自分ごと化】【創造的自己効力感】【心理的所有感】の高まりは、単なるスキル習得にとどまらず、業務に対する主体性や創造的な行動の促進につながる可能性がある。実際に、ワデュケーション参加に対する所属企業への社員エンゲージメントについても、83%が肯定的に回答しており、こうした内面的変容が組織へのポジティブな影響として表れていることがうかがえる。

また、ワデュケーションを通じた企業と地域の接続に関しては、全参加者が肯定的な評価を示している。企業研修という枠組みが地域と接続する契機として機能し、プログラムを通じて新たな価値創出の可能性を実感したことが、その背景にあると考えられる。この点は、継続的な地域関与において「ビジネスでの関与」意欲が66%と比較的高い水準であったことから裏付けられる。

以上より、ワデュケーションは、越境体験を通じたスキル・知識の獲得に加え、参加者の内面的変容を媒介として、組織における主体的行動やエンゲージメントの向上、さらには地域との新たな価値創出の可能性を拡張する人材育成手法として機能しうることが示唆される。

【表 9】 補足アンケート①



(出所) 地域循環型ミライ研究所 作成

第4節 地域にもたらす効果

ワデュケーションに関与した地域住民に対し、本プログラムが地域および自身に与えた影響についてアンケート調査を実施した結果、全体として高い評価が確認された(【表 10】補足アンケート②)(有効回答数4件、自治体職員・地域事業者で構成)。特に、「地域の魅力等の域外への発信」については全員が「とても思う」と回答しており、参加者による企画や発信が地域価値の外部発信に寄与した可能性が示唆される。また、経済的価値に関する評価が比較的高かった点については、本プログラムが「ふるさと納税」となる商品を企画立案することにより、地域資源を具体的な経済活動へと接続する視点が共有されたことが影響していると考えられる。

次に、【地域愛着】(NTT 東日本, 2026)に関する項目も全体的に高評価であり、とりわけ「伊仙町を想う人とのつながり」に関しては全員が「とても思う」と回答した。この背景には、参加者との相互作用を通じて、地域住民自身が地域の価値を再認識した点があると考えられる。自

由記述においても、黒糖づくりや棒踊りといった伝統文化、子育て環境や自然資源など、日常的には意識されにくい地域資源が改めて言語化されている。

さらに、運用面に関する自由記述では、「伊仙町の強みを外部の視点で再発見し、関係人口の入り口を創出できたことは成果であった」「一過性で終わらず、継続的な事業として仕組化していきたい」といった回答がみられた。これらの記述からは、ワデュケーションが地域にとっても有効な取り組みとして認識されていることに加え、その継続や発展に対する意欲が生じていることが読み取れる。

以上より、ワデュケーションは、参加者の学習や内面的変容にとどまらず、地域の経済的価値への接続と、地域住民にとっても地域の価値やつながりを再認識する契機となりうることが示唆される。

【表 10】 補足アンケート②

アンケート結果 一覧		平均
【心理的所有感に対する評価】	今回の参加者は、伊仙町のことをよく理解し、大切に接してくれていると感じましたか	4.8
【社会的価値】	参加者との交流を通じて、伊仙町の魅力を改めて発見する等、新たな気づきがあったと感じましたか	4.8
【社会的価値】	参加者が考えたツアー企画は、伊仙町の魅力や良さを外の人に伝えることにつながると感じましたか	5.0
【経済的価値】	参加者が考えたツアー企画は、伊仙町への来訪者増や経済的な動きにつながりそうだと感じましたか	4.0
【地域愛着】	参加者との交流を通じて、地域の歴史や伝統、文化に対して"もっと知りたい"という思いが高まりましたか	4.8
【地域愛着】	参加者との交流を通じて、地域ならではの文化活動(行事・企画・記録づくり等)に"自分も関わりたい"という思いが高まりましたか	4.8
【地域愛着】	参加者との交流を通じて、伊仙町を想う人たちとのつながりをさらに大切にしたいと思いましたか	5.0
【地域愛着】	参加者との交流を通じて、伊仙町の魅力をより誇らしく感じましたか	4.8

(出所) 地域循環型ミライ研究所 作成

第5章 結論

本研究では、伊仙町にて実施したワデュケーションを対象に、「地域を舞台とした自己表現的アウトプットの創出体験」が、参加者の内面的変容および地域の社会的・経済的価値創出に及ぼす影響について検討した。

その結果、第一に参加者においては、【自分ごと化】、【創造的自己効力感】、【心理的所有感】の高まりが確認され、地域課題を起点とした企画の立案・具現化プロセスが、主体的かつ創造的な行動を促進する契機となる可能性が示唆された。加えて、こうした内面的変容は、再訪やビジネス関与といった継続的な地域関与意欲としても表れており、関係人口の形成に資することが確認された。

第二に企業においては、ワデュケーションによる越境体験を通じたスキル・知識の獲得に加え、エンゲージメントの高まりがみられた。これにより、ワデュケーションは、個人の内面的

変容を媒介として、組織における行動変容や価値創出の可能性を拡張する人材育成手法として機能しうることが示唆された。

第三に地域においては、参加者による企画を通じて地域資源の再評価および域外への発信が促進されるとともに、地域住民自身のつながり意識などの地域愛着の高まりが確認された。すなわち、地域外人材との相互作用を通じて、地域側にも社会的・経済的な効果を生み出す可能性が示唆された。

以上より、ワデュケーションは、参加者の内面的変容を起点として、企業および地域に対しても波及的な効果をもたらす実践であり、「企業研修×地域」による三者間の価値創出を実現する実装型モデルとして位置づけることができる。

第6章 提言

本研究の結果を踏まえると、ワデュケーションは、参加者・企業・地域の三者に対して相互に価値をもたらす「三方よし」の実践モデルとして位置づけることができる（【表 11】ワデュケーション「三方よし」モデル）¹。今後の関係人口施策および人材育成においては、こうした相互作用を前提としたプログラム設計へと転換していくことが重要である。

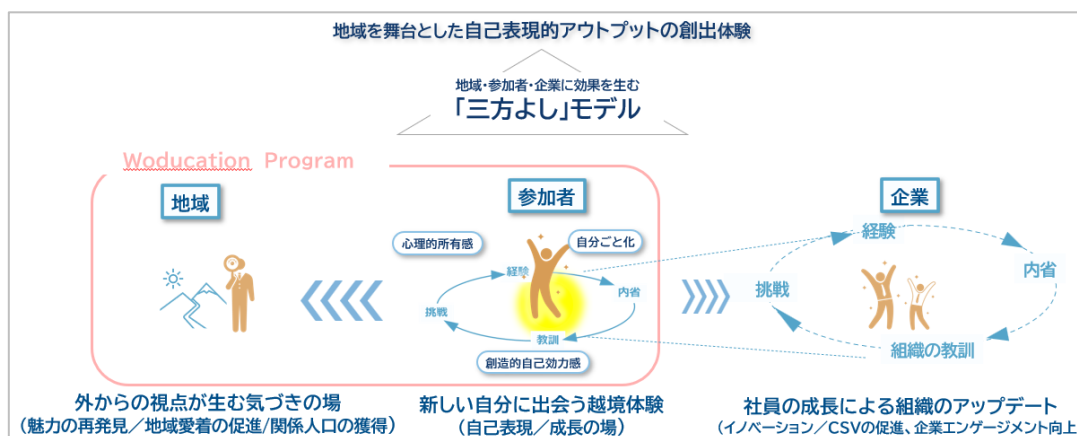
具体的には、地域の資源を起点とし、参加者が自らの視点で価値を再発見し、それを具体的な企画として具現化する「自己表現的アウトプット」のプロセスを中核に据えることは方法論の一つとなりうるだろう。このプロセスを通じて、参加者には【自分ごと化】、【創造的自己効力感】、【心理的所有感】といった内面的変容が生じ、主体的かつ継続的な地域関与へと接続される。同時に、その成果は地域に対する新たな視点や価値提案として還元され、地域資源の再発見や域外への発信といった社会的価値の創出につながる。さらに、こうした実践を通じて構想された企画が経済活動へと接続されることで、経済的価値の創出も実現される。このように、ワデュケーションは、個人の内面的変容を起点として、社会的価値と経済的価値を同時に生み出し、それらが参加者・企業・地域の間で循環する構造となりうる。

したがって、今後は本取り組みを一過性の実践として捉えるのではなく、この価値循環モデルをいかに横展開し、持続的に発展させていくかが重要な論点となる。例えば、地域ごとの特性に応じたプログラムへの応用や、企画されたアウトプットを継続的な事業・プロジェクトへと接続する仕組みの構築などを通じて、創出された社会的価値および経済的価値をより大きな循環へと拡張していくことが求められる。

¹ NTT 東日本（2026）「地域エバンジェリスト※に関する ウェルビーイング・エンゲージメント調査報告」

以上より、本研究は、ワデュケーションの枠組みを用いて個人の変容を起点とした価値循環を実現する実践モデルを提唱するものであり、「参加者×企業×地域」による相互効果を検証した意義のある研究であるといえる。

【表 11】ワデュケーション「三方よし」モデル



(出所) ミライ研 作成

最後に

本研究は、単一地域・一定期間のプログラムを対象とした分析であり、参加者数や地域特性、研修内容の文脈に一定の制約を有している。また、調査は研修前後の短期的な意識変容に焦点を当てており、研修によって喚起された行動意欲や地域関与が、時間の経過とともにどの程度持続・実装されるのかについては十分に検証できていない。今後は、複数地域を対象とした比較研究や、研修後の行動実践を追跡する縦断的調査などを行うことで、地域フィールドを活用した企業研修がもたらす内面的変容や行動変容の持続性について、より精緻な検討が求められる。

~~~~~

参考図表

【参考図表 1】 地域愛着指標 4 つの因子

| 地域愛着指標の4つの因子と要素                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>因子A:地域文化への関心</b><br/>(地域内文化遺産の認知・関心)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の祭りや食文化など、文化遺産への認知、興味(関心)</li> <li>● 文化を継承することの意欲</li> </ul>             | <p><b>因子B:他者とのつながり感</b><br/>(通じ合う安心感)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の人とのつながり実感</li> <li>● 地域の人や多世代とのつながりの意欲</li> </ul>                    |
| <p><b>因子C:誇り・ポジティブ感情</b><br/>(地域環境への評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の自然環境など景観の評価</li> <li>● 地域の特産物などの評価</li> <li>● 地域の医療施設など、公共施設の評価</li> </ul> | <p><b>因子D:地域参加意欲</b><br/>(地域・人への想い)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の文化への自身の貢献</li> <li>● 地域のイベントや行事への参加</li> <li>● 地域の未来への関心と貢献</li> </ul> |

(出所) ミライ研 作成

参考文献

- ・公益財団法人 労働問題リサーチセンター(2023)「社会構造の変化とキャリア保障をめぐる課題-新たな時代の労働政策と課題とキャリア保障-」(最終閲覧 2026 年 4 月 8 日 [https://jodes.or.jp/wp-content/uploads/2023/06/New\\_Labor\\_Policy\\_Research\\_Group\\_Report-FY2022.pdf](https://jodes.or.jp/wp-content/uploads/2023/06/New_Labor_Policy_Research_Group_Report-FY2022.pdf))
- ・原田未来 (2025)「越境人材——個人の葛藤、組織の揺らぎを変革の力に変える」『英治出版』
- ・総務省(2018)「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書-「関係人口」の創出に向けて-」(最終閲覧 2026 年 4 月 8 日 [https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000568242.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000568242.pdf))
- ・Engeström, Y. (2001) Expansive Learning at Work: toward an activity theoretical reconceptualization. *Journal of Education and Work*, 14 (1) : 133-156.
- ・Engeström, Y. (2004) New Forms of Learning in Co-Configuration work. *Journal of Workplace Learning*, 16, 1/2, 11-21.
- ・石山 恒貴 (2019)「越境的学習のメカニズム —実践共同体を往還しキャリア構築するナレッジ・ブローカーの実像—」『福村出版』
- ・NTT 東日本 (2026)「復興地域をフィールドとした越境型企業研修の可能性 ～能登地域での体験を通じた内面的変容の考察～」
- ・NTT 東日本 (2025)「“祭り”を起点とした継続的な関係人口創出 ～秋田県鹿角市におけるワデュケーション実証からの示唆～」
- ・NPO 法人クロスフィールズ、法政大学大学院、株式会社ビジネスリサーチラボ(2024)「越境の生み出す効果の検証～プログラム参加者の社会配慮行動の促進についての分析」(最終閲覧 2026 年 4 月 8 日 ( [https://crossfields.jp/update/2412\\_crossfields\\_impactmanagement\\_report.pdf](https://crossfields.jp/update/2412_crossfields_impactmanagement_report.pdf)))
- ・Tierney, P.,&Farmer, S.M. (2002)Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45(6), 1137-1148.
- ・Van Dyne, L. and Pierce, J. (2004). Psychological Ownership and Feelings of Possession: Three Field Studies Predicting Employee Attitudes and Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), pp.439-459)

- ・Avey, J., Avolio, B., Crossley, C. and Luthans, F. (2009). Psychological Ownership: Theoretical Extensions, Measurement and Relation to Work Outcomes. Journal of Organizational Behavior, 30(2), pp.173-191.
- ・指出 一正 (2016) 「ぼくらは地方で幸せを見つける ソトコト流ローカル再生論」『ポプラ新書』
- ・石黒 千晶, 東南 裕美, 安齋 勇樹 (2023) 「企業組織における従業員の創造的自己在創造的パフォーマンスに与える影響」『日本教育工学会研究報告集』2023 巻3号 47-52
- ・Liu, J., Wang H., Hui, C., & Lee, C. (2012). Psychological ownership: How having control matters. Journal of Management Studies, 49(5), 869-895
- ・Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. Organizational behavior and human performance, 16(2), 250-279.
- ・NTT 東日本 (2026) 「中山間地域の“食文化”を起点とした地域愛着の醸成～佐賀県唐津市 厳木町における実践からの示唆～」

(本レポート執筆者)

NTT 東日本株式会社 地域循環型ミライ研究所

チーフエバンジェリスト 阿部 寛之

エバンジェリスト 水谷 考嬉

— ご利用に際して —

- 本資料は、執筆時点で信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客さまご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：NTT 東日本株式会社と明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、NTT 東日本株式会社までご連絡ください。