

レポート

関係人口創出に向けた“ワデュケーション”実証と今後の課題

地域循環型ミライ研究所、三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング 共同レポート

地域循環型ミライ研究所、三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング

2024年1月24日

1. はじめに～本レポートの背景・位置づけ

地域循環型ミライ研究所(以下、「ミライ研」)は、2023年2月に東日本電信電話株式会社(以下、「NTT 東日本」)内に、「地域シンクタンク」を担う組織として設置された。NTT 東日本は、パーパスとして「地域循環型社会の共創」を掲げており、地域に寄り添う「ソーシャルイノベーションパートナー」として、地域の価値創造に取り組んでいる。ミライ研は、この取組みを更に加速するため、また、長期に持続し、活力ある「地域のミライ」を地域の様々な関係者とともに共創するモデルを創出するため、活動を開始したところである。

こうした地域の持続を実現する上で重要な考え方の一つに、「循環」がある。地域の内部において、あるいは地域の外部と内部を横断しながら、地域経済・社会にとって必要な要素である「ヒト・モノ・カネ・データ」の新しい流れや循環が生じることにより、人口減少社会においても、地域の活力が失われることなく、むしろ外部のリソースも取り込み続け、活性化を継続することが可能となると考えられる。

今回、ミライ研は、この中でも特に「ヒト」に着目し、移住未満・観光以上の概念として、昨今注目を浴びる「関係人口」を、地域内外の人の循環や、それを起点としたモノ・カネ・データの循環の起爆剤として捉えた。また、新型コロナウイルス感染症を通じて、情報通信産業や大企業を中心に普及が進んだ、リモートワーク、フレックス勤務、兼業・副業などの新しい働き方を活用しながら地域の外部に居住して働く企業の従業員等を、関係人口の大きな潜在層と考えている。これらの層が、地域内においてリモートワーク等を活用して本業の業務を行いながら、地域の活動に副業等を通じて参加するとともに、地域住民との交流や、地域産業や資源の調査活動を通じて、地域との関係をより強固にするためのワデュケーションⁱ 実証を行った。

実証は、シンクタンク系コンサルティングファームとして、地方創生・地域活性化に関する支援、政策提言や調査分析を行い、近年では、一般社団法人スマートシティ・インスティテュートが開発する市民の Well-Being を可視化する地域幸福度 (Well-Being) 指標の活用支援にも取り組む三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社(以下、「MURC」)と共同で行ったものである。

本レポートにおいては、第2章で関係人口の種別と課題から「ワーケーション」に着目する理由を述べる。第3章では「ワデュケーション」という新たな取組みとその提供価値の仮説を示す。第4章で、新潟県佐渡市とJA羽茂の協力のもと、NTT東日本とMURCとで行った実証について触れ、最終の第5章では、今後このモデルを広く、効果的に展開していくにあたって解決していくべき諸課題と対応の方向性を提示する。

本レポートは、各方面への提言書としての性格も有する。本格的な展開にあたり、各プレイヤーに関する課題を包括的に示し、地域に関わる産官学民へ、プレイヤー同士の共創を呼びかけることを目的としている。

2. 関係人口創出～ワーケーションに着目する理由～

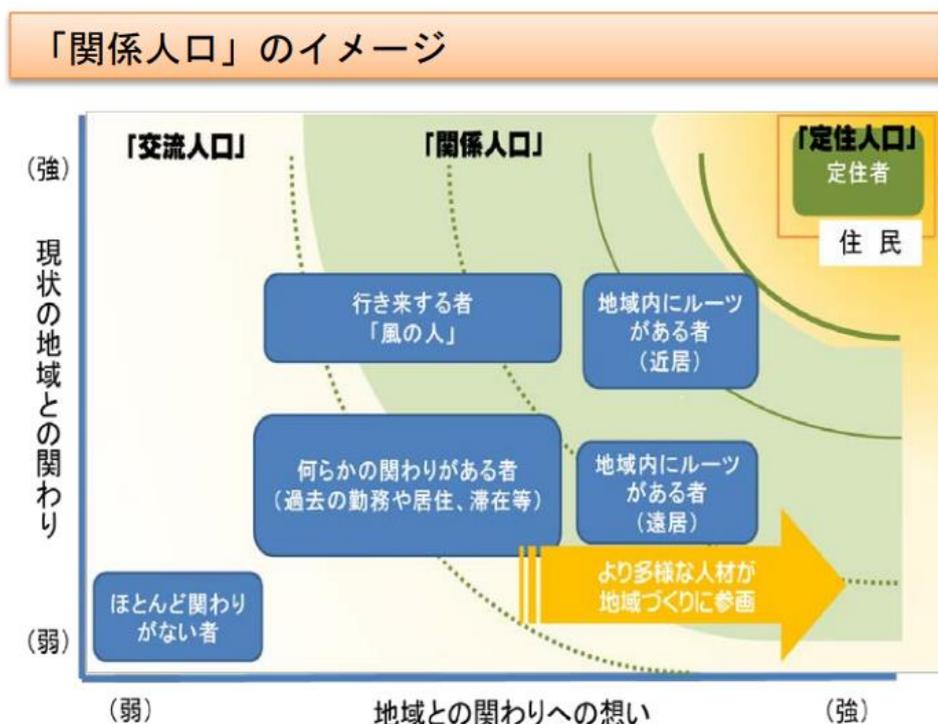
地域活性を考える際に、人口減少問題を起点とすることは避けられない。各自治体が、人口増、移住・定住を促進するも、日本全体の市区町村の過半数が過疎地域であるという状況の中、“人口の取り合い”となることは全体最適とは言えず、各自治体にとっても達成までの負荷が高い取組みになると想像する。2018年には、総務省「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」において、“関係人口とは「移住した『定住人口』でもなく、観光にきた『交流人口』でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者”ⁱⁱと定義された。また、期待する役割として“地方圏は、人口減少・高齢化により地域づくりの担い手不足という課題に直面しているところ、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待できる”とされている。この方針以降、各自治体において、関係人口創出への取組みに力が入られるようになった。

(1) 関係人口の種別

関係人口は、図表 1 にあるように、「行き来する者」「何らかの関わりがある者」「地域内にルーツがある者(近居・遠居)」とその関係の仕方の捉え方は幅広く、それ故に取組手法也多岐に渡る。また、DX 推進や 2018 年以降の新型コロナウイルス感染症の流行による非接触サービスの発展も寄与し、バーチャル上での関与の仕方という手法にも広がりを見せている。

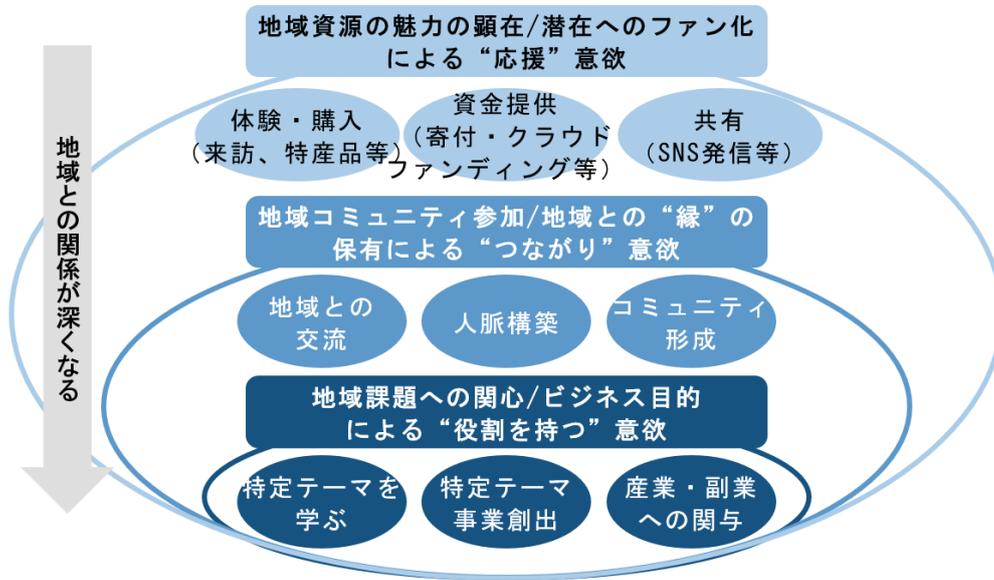
MURC では、後天的に関係人口になり得る“行き来する者”に伸び代があると考え、その動機を分類した(図表 2)。行き来する者の動機には、「地域資源の魅力の顕在/潜在へのファン化による“応援”意欲」「地域コミュニティ参加/地域との縁の保有による“つながり”意欲」「地域課題への関心/ビジネス目的による“役割を持つ”意欲」の 3 種があり、これらは、後者になるにつれて、地域の関係が深くなると考える。

【図表1】関係人口のイメージ



(出所) 総務省「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(概要)」2018/1/26

【図表 2】“行き来する者”の動機分類



(出所) MURC にて各種情報よりリサーチし作成

(2) 関係人口創出の課題

関係人口の規模については、2021 年国土交通省の「地域との関わりについてのアンケート」ⁱⁱⁱの調査によると、“全国の 18 歳以上の居住者(約 10,615 万人)のうち、約 2 割弱(約 1,827 万人:推計値)が特定の地域を訪問している関係人口(訪問系)”とあり、訪問系の関係人口は 2 割に留まっている。また、同アンケート調査の「三大都市圏からその他地域への関わり」では、現地での参加以外の、“ふるさと納税によって、地域を継続的に応援”や“クラウドファンディングによって、地域を継続的に応援”“地場産品等を購入することにより、地域を定期的・継続的に応援”といった、遠隔での参加率は 5%前後と比較的低い。これらのことから、訪問系関係人口や、遠隔で応援する関係人口の規模はまだまだ伸び代があるのではないかと推測する。

それでは、関係人口規模の拡大・普及において、どのような課題があるだろうか。MURC は、関係人口創出の要素をプロセス化し、それぞれの課題を調査した。(図表 3)

【図表 3】関係人口創出における課題

関係人口創出の要素	課題
地域の魅力創出・ 発見・発信	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域アイデンティティの確立 ■ 地域外の目線による魅力発見 ■ 適切なターゲティングとメディア発信計画
地域関与の動機付け	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域内外の長所を生かす共同事業創出、メンバーマッチング ■ 多様で柔軟な働き方（リモートワーク、スキルマッチング、副業等）
地域への受入	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自治体、民間の役割明確化、募集する人材像の共有 ■ 滞在時の生活環境の整備 ■ 来訪者の「ふるさと」への想いを受け止める ■ 地域内外同士の対話・価値観を共感するコミュニケーションの促進 ■ 地域内外に存在する外部関係者との連携、体制の確保
地域への関係深化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域外の人々が地域内での役割を持つ（副業、地域行事の支援等） ■ 地域のシビックプライド理解 ■ 顔の見える関係づくり（地域コミュニケーションへの関与・交流拠点創出等） ■ 地域人材の確保・育成、地域住民が関わる仕組み構築 ■ 地域全体が活性化する、地域の内発力の向上
繋がりの維持	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域内外の両方を行き来できる仕組み、段階的な移住・定住の支援 ■ 祭り等の継続したイベントの実施 ■ 情報の発信・共有、双方向の情報交流、共同活動 ■ 地域を出た人が戻れるコミュニティ構築（第2の故郷） ■ 出し手と受け手のメリットのバランスを取る
影響の可視化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 社会的価値・経済的価値の可視化、成果の明確化 ■ 地元にも恩恵のある長期目標の設定／関係の「質」の向上にかかる目標の設定 ■ 中間的なアウトカム発現状況の継続把握による行政PDCA

（出所）MURCにて各種情報よりリサーチし作成

地域の魅力創出・発見・発信、地域関与の動機付け、地域への受入、地域への関係深化、繋がりの維持、影響の可視化のプロセスのうち、前述の“行き来する者”の動機分類で地域との関係を深くするためには、特に“地域への関係深化”に関する課題に着目すべきではないか、という仮説を立てた。

3. “ワデュケーション”という新たなスタイル

(1) ワデュケーションとは

今回、特に地域との関係が深くなる動機を創出することに着目し、企業として“役割を持つ”意欲を醸成し、地域に必要な人的リソースも提供でき、深い関わりを生み出す「ワデュケーション」の取組みを設計し実証を行った。ワデュケーションとは、work(仕事)、education(地域のことを学ぶ教育)、vacation(休暇)を組み合わせた事業のことを指し、一般用語のワーケーションの一環として位置づけられる。

新しい取組みである「ワデュケーション」では、企業の実施目的を明確にして企画設計を行うと同時に、第2章で触れた、関係人口を作るモチベーションの“役割を持つ”意欲の要素(特定テーマを学ぶ、新事業創出、産業・副業への関与)を入れ込み、出し手企業のニーズを汲み取ることと、関係人口創出に寄与することの両方をオリジナリティとして盛り込んだ。この実証から、他の企業や自治体のニーズを捉えた展開可能な事業へと進化させることが狙いである。

(2) ワデュケーションが生み出す社会的価値と経済的価値

ワデュケーションは、出し手となる企業と受け手となる自治体ニーズを捉えたものであるが、実施による価値は、企業・自治体だけではなく地場の企業群や住民にも波及し、その価値は、社会的・経済的の両側面に創造されると考える。

具体的には、企業が社会に提供する価値として地域課題解決に資する企業活動や社員のウェルビーイング向上、多様な働き方の提供がある。一方、企業が経済的に得る価値として、本業の推進や事業展開、人材の育成・スキルアップ、チームビルディングや採用時の PR 等が挙げられる。また、自治体にとっては関係人口につながる地元への帰属意識や域外の人々の地域愛の醸成やコミュニティの活性化(社会的価値)、地域企業の経済活性化による税収増、人の需給改善等(経済的価値)が挙げられる。

さらに、波及先として、地場企業群の地域課題解決や消費活動の活性化、企業連携による事業推進、地域の観光地・産業地の活性や継承による地域文化の保存、地域住民への刺激や気づき、来訪者向けのインフラやサービスの生活者への転用、働き口の多様化・収益増といった価値も想定される。(図表 4 参照)

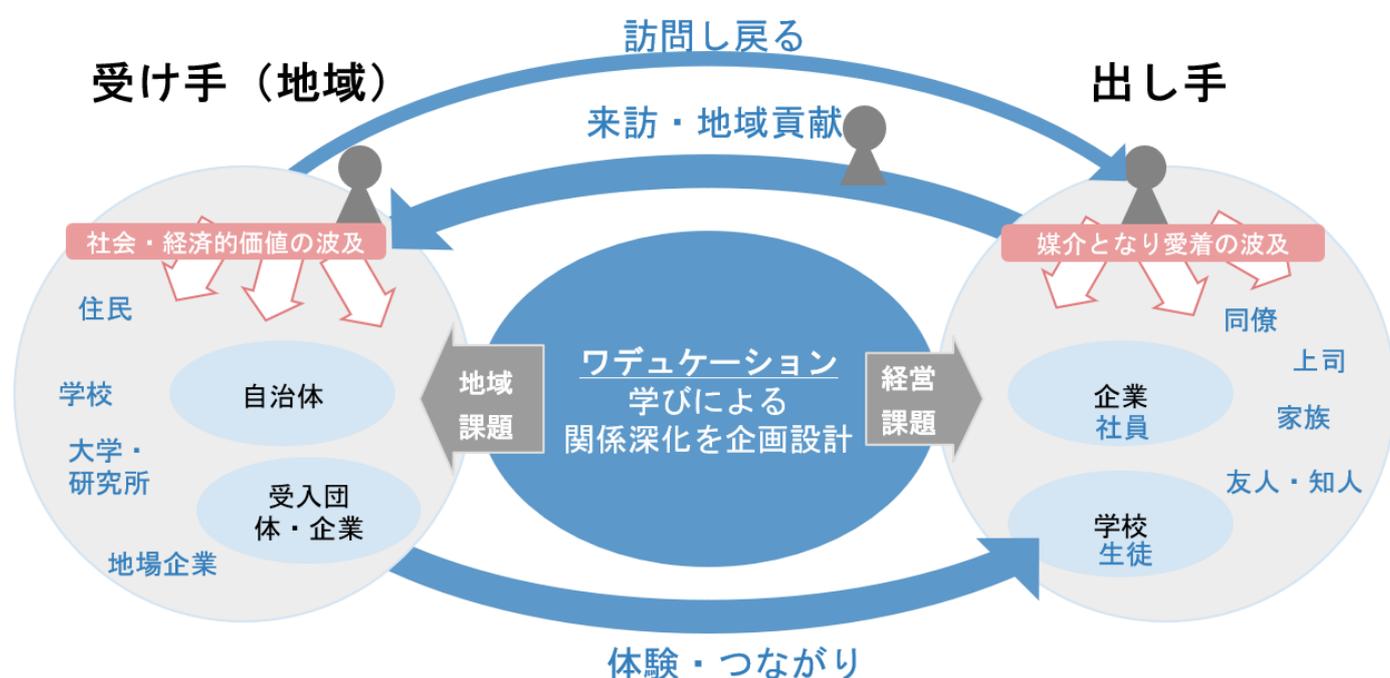
これらの価値は直接的関与のあるステークホルダーだけではなく、地域住民や地域活性の役割を担う大学・研究所等へも波及をしていく。来訪者による経済的・社会的価値を各ステークホルダーが手にし、さらに来訪者が戻って媒介となり、愛着を波及させる“win-win の関係”を創る。このような地域循環型のワデュケーション施策(図表 5 参照)を実現するため、佐渡島での実証をその第一歩として行った。

【図表 4】ワデュケーションによる社会的価値と経済的価値

		社会的価値	経済的価値
出し手側	社員所属企業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域課題解決に資する企業活動の実施 ■ 事業によって生み出されたアセットやサービスの地域への提供 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 売上増加やリレーション構築等の本業の推進 ■ 地域実証による事業展開可能性模索・実現 ■ 地域における企業や事業領域のブランド向上
	体制強化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 社員のエンゲージメント向上 ■ 社員に対する多様な働き方の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ■ チームビルディング、パフォーマンス向上 ■ 採用時のPR材料としての活用、人材の定着
	社員	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人間関係構築やストレス軽減等ウェルビーイング向上 ■ 地域貢献意欲の充足、新たな刺激や気づき獲得 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域に触れることによる事業創出スキルや地域知見向上、研修によるスキルアップ <ul style="list-style-type: none"> ● キャリア形成、年収増加等に直結
受け手側	自治体	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地元への帰属意識の醸成 (U・I・Jターン等) ■ 域外の人々の地域への愛着の醸成 ■ 域外の要素も入れた地域コミュニティ活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域企業の売上増に伴う経済活性化・税収増 ■ 観光・イベント・工事・農作業等における人の需給改善
	観光地	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域資源や文化等の保存承継・活用 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 来訪者による消費の活性化
	産業地	<ul style="list-style-type: none"> ■ 担い手不足等に直面する地場産業等の継承・活性化による地域文化の保存 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人手不足・高度人材不足の分野への人材補填による雇用コストの低減
	地場企業群	<ul style="list-style-type: none"> ■ 出し手側企業との協働による地域課題解決 <ul style="list-style-type: none"> ● 地域でのワークショップ等の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口流入による本業への消費活性化 <ul style="list-style-type: none"> ● 間接的に、広く地場企業へ資金流入 ■ 出し手側の企業との連携による事業推進
	住民	<ul style="list-style-type: none"> ■ 来訪者とのコミュニケーションによる刺激や気づき獲得 ■ 来訪者向けインフラやサービスの生活者への転用 (移動・安全等) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域経済の活性化による働き口の多様化、収入増
	大学・研究機関	<ul style="list-style-type: none"> ■ 来訪する企業との協働研究の可能性探索・地域課題解決 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地方大学の地域活性への役割の明確化による予算獲得、人材獲得

(出所) MURC にて各種情報よりリサーチし作成

【図表 5】ワデュケーションによる地域循環価値の波及



(出所) ワデュケーション プロジェクトメンバーにより作成

4. 佐渡島ワデュケーション実証

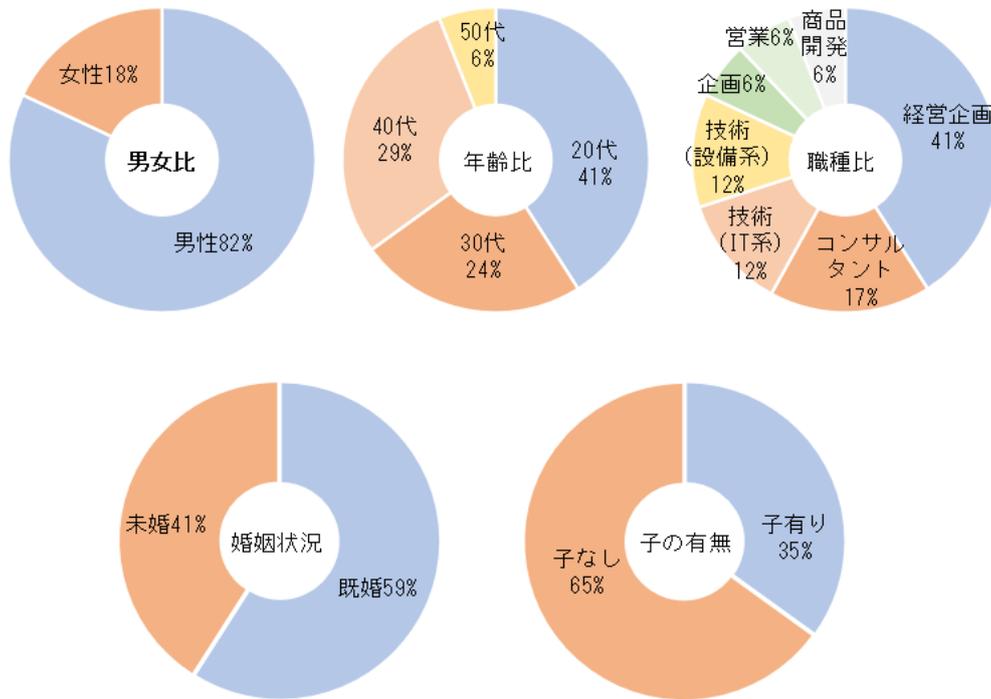
(1) 概要

2023年10月から11月にかけて、佐渡島をフィールドとしてワデュケーション施策を企画し、地域の関係人口創出、地域や参加企業にもたらす社会的価値・経済的価値の向上について有効性を検証した。幅広い年齢層の従業員を対象(※)に、3泊4日のワデュケーションツアーの参加者を募集し、NTT東日本、MURCの社員17名により、計3回開催した。ツアー期間中は佐渡島のコワーキング施設を利用したリモートワーク、島内観光、さらに地域産業の就業体験として、JA羽茂のおけさ柿選果作業を実施した。佐渡の羽茂地区における「おけさ柿」は、80年ほど前より栽培が始まり、今では新潟県のおけさ柿出荷量の約50%を占め、佐渡を支える一次産業のひとつとして発展してきた。

観光や地域の人との交流などを通じて地域文化等の魅力を学び、体感しつつ、就業体験を通じて地域が誇る産業へ自ら踏み込むことで、参加者の深い学びにもつながり、社会的価値等が向上すると考えた。開催後、参加者に対してアンケートやインタビューを行い、就業体験の感想をはじめ、ワデュケーションによる気づきや改善意見等の収集・分析を行った。また、受け手の佐渡市やJA羽茂にもヒアリングを実施した。

(※)実証では、NTT東日本、MURCを対象とし、年代・性別・職種など多様な層から参加者を募った。参加者属性については図表6参照。

【図表 6】ワデュケーション参加者属性



(出所) 実証後参加者アンケートの回答に基づき NTT 東日本にて作成

【図表 7】ワデュケーション実証における主な訪問先



(出所) 国土地理院ウェブサイトより地図情報引用の上、NTT 東日本にて作成

(2) 成果

① 社会的価値

アンケート結果では、参加者の 94%が「満足」または「やや満足」と回答しており、就業体験をコンテンツとして採り入れた実証は今後の展開も期待できると考えられる。就業体験を含むワデュケーションを行う滞在では、地域産業を体験し、歴史・自然など佐渡の魅力を感じた結果、「ウェルビーイング(幸福度)は上がったと感じますか？」の問いに対して、参加者の 88%が「とても上がった」または「やや上がった」と肯定的な回答をしている。

また、「新たな経験を積み、価値観の広がりに繋がった」「自身の働き方や生き方を見直す機会になった」などの回答が多数あり、本業の業務とは異なる地域産業への就業体験が参加者の新たな気づきや学びを醸成することとなった。

「今回の訪問によって、佐渡島のことが好きになりましたか。」の問いに対し、100%が「はい」と回答。参加者の中には、就業先の地域住民と連絡先を交換する等、交友関係に発展した者もいた。また、「おけさ柿が地域住民のシビックプライドを醸成している」「(選果場が)コミュニティとしての機能を持ち合わせていると感じた」などの意見もあり、就業体験を介した地域住民とのコミュニケーションを通じて、地域の“共通言語”の一端に触れることができたと考えられる。

これらのことから、地域産業に関わることで、地域コミュニティとの関係が構築され、地域住民の佐渡島への思いやシビックプライドに触れることができ、参加者の佐渡島に対する地域愛の醸成にも繋がったと言える。

② 経済的価値

アンケート結果から、滞在期間 3泊 4日における消費額(交通費、宿泊費、食費、その他滞在中費用)は一人あたり約 66,000 円であったことから、実証を継続的に通年で展開した場合、地域への経済効果も期待できると考えられる。

また、参加者の 88%が実証終了後も、佐渡島とつながりを持つ行動をとっていることが判った。例えば、「近所のスーパーで佐渡産のものがあれば優先的に購入した」「ふるさと納税を申請した」「周りに佐渡やおけさ柿の話をしたことで、友人、家族も購入していた」との回答から、関係人口による滞在期間外での一定の経済効果を見込むことができる。

その他、就業体験では、210 時間に相当する労働力を地域外から提供したこととなる。一時的な供給ではあるが、地域内での人手不足は深刻であることから、受入れ企業や地域住民にとって貴重な労働力供給となり、地域からは感謝され、参加者にとっては新たな知見や学びの場となる win-win の効果を生み出した。

(3) 課題

ワデュケーション施策は、出し手側・受け手側の双方にメリットがあり、継続実施することで、関係人口創出への寄与が期待できる。一方で、継続実施する上で、いくつかの課題も浮き彫りとなった。その中でも、特に「宿泊」「交通」「プログラム」の 3つの分野に注目し、以下に課題を示す。

① 宿泊

宿泊施設について、「機能性をもったビジネスホテルのような施設」や「リモートワーク環境」、「自炊が出来る環境」や「施設周辺の飲食店」といった、普段どおりの生活ができる環境への要望が多く、受け手側での環境整備が課題として認識できた。また、数日滞在のため連泊が必要にもかかわらず、宿泊施設を転々と替えることが多く、供給量も課題の一つとして浮き彫りとなった。また、若年層からは、「サウナやトレーニング施設等があると若者にとっては魅力的」との声も挙がり、宿泊施設の量・機能の両面からの充実が望まれる。

② 交通

実証では全日レンタカーを利用したが、「シェアバイクの設置」「ホテル等へのカーシェアリングサービスの導入」の普及・推進を希望する声が多かった。個人の活動機会の損失とならぬよう、利便性の高い移動用設備の選択肢を増やす検討が受け手側に求められる。

また、本施策における交通費は出し手側負担としていたが、「来島にかかる費用は障壁となり得る」という意見が多いことから、ワデュケーションの定着、関係人口の創出に向けては、受け手側においてワデュケーションに活用可能な交通費等の補助制度の検討も必要である。

③ プログラム

「今後もワデュケーション施策に参加したいと思いますか？」という問いに対して、参加者の 76%が「思う」、24%が「どちらともいえない」と回答している。また、「就業体験の時間が長く、本業や観光に時間が割けなかった」「その他企業との交流があると良い」「現地の施設にて歴史を学んだ上で観光地に訪問したことで、佐渡の理解が深まった」という意見があった。出し手側では就業体験・本業の業務・観光のプログラム配分の調整の余地があるとともに、受け手側には参加者ごとに異なる様々なニーズに対応できるよう、就業体験先や受け入れ企業の選択肢の充実が求められ、プログラムの拡充が必要である。

本施策の交通費・宿泊費は出し手側企業の負担としているが、「本プログラムにかかる費用が自己負担でも参加しましたか？」という問いに対して、参加者の 76%が「いいえ」と回答している。このことから、出し手側の宿泊旅費支給制度や出し手側・受け手側の就業制度整備・充実がワデュケーション施策の横展開や他企業との連携を押し進める上で重要な課題と考える。

また、「プログラム日程はどの程度が望ましいですか。」という問いに対して、参加者の 50%が「2泊3日」と回答、残る 50%が「3泊以上」と回答している。「1泊2日」を選ぶ回答者がいなかったことから、ある程度の滞在日数が好まれた。ただし、企業における就業制度等の整備状況や従業員の年齢や役職によってワデュケーション参加が困難なケースも想定されることから、比較的柔軟な対応が見込める若手社員等をターゲットとしたプログラムの建て付けや、教育機関との連携による学生の社会実習などもスコープに入れることで、ワデュケーションの継続実施・定着の可能性が高まると考えられる。

【図表 8】ワデュケーションの課題一覧

		ワデュケーション実施環境整備上の課題	ワデュケーション企画運営上の課題
受け手側		<ul style="list-style-type: none"> ■ 安定した通信環境・ネットワークのセキュリティ・モニター・キーボード等機器設備 ■ 宿泊施設における交流スペース(サウナ・キッチン等)、スポーツ・娯楽施設の拡充 ■ 交通整備(シェアバイク、カーシェアの設置)、佐渡島までの交通アクセスの改善 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 実施目的やニーズを認識した企画設計 <ul style="list-style-type: none"> ● ホテル等施設を保有する組織や自治体等による施策多数あるも、出し手企業のワデュケーションニーズは十分に把握できていない
	地場企業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 飲食店の設置 <ul style="list-style-type: none"> ● 宿隣接にて、営業時間が長い飲食店、居酒屋、地域の食材を活かしたお店 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 定期的なイベントの企画、子供向けのプログラムの用意
	自治体	<ul style="list-style-type: none"> ■ コーディネーター人材の充足 <ul style="list-style-type: none"> ● 地場企業、自治体、地域おこし協力隊や移住者等 ■ 渡航、滞在の交通費、宿泊費等の補助金制度 ■ 空き家活用、宿泊対象者の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ワデュケーション就業体験の受け入れ先確保の簡易化 ■ 観光周遊ルートの発信 <ul style="list-style-type: none"> ● 歴史(事前)学習⇒現地体験の流れ等
出し手側	社員	<ul style="list-style-type: none"> ■ 役職や組織による参加のハードル、向き・不向き存在に対する公平性担保 ■ 子育て・介護等の家庭の事情に対する参加配慮 <ul style="list-style-type: none"> ● そもそもターゲットにすべきかの議論も必要 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 実施目的の不明瞭さや、仕事/休暇の線引きの曖昧さによる、利用への消極性の解消 <ul style="list-style-type: none"> ● ワデュケーションに“休暇(バケーション)”の要素を含む
	社員所属企業	<ul style="list-style-type: none"> ■ ワデュケーション(副業)の社内制度整備 <ul style="list-style-type: none"> ● 労務管理等マネジメントやワデュケーションの位置付け(休暇/福利厚生/通常業務)の仕組み・社内規定等 ■ セキュリティやトラブル発生へのリスク対応計画 ■ リモートワークの長期化による社員間コミュニケーションの希薄化への対応 <ul style="list-style-type: none"> ● 本業への影響を考慮した、職員同士の情報共有の在り方の再考 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 実施目的と成果の明確化による、予算獲得 ■ 地域のイベント時に合わせた施策建て、他企業との連携 ■ 就業体験の発掘、ラインナップの整備、事前学習等の組み込み ■ プログラムの時間配分 <ul style="list-style-type: none"> ● 本業のワーク時間確保等

(出所) ワデュケーション プロジェクトメンバーにより作成

5. サステナブルな関係人口創出に向けた提言

実証の結果を踏まえ、今後の人口減少社会において、ワデュケーションが関係人口創出に寄与していくために取り組むべきことを以下に提言する。

(1) 社会的価値・経済的価値の可視化

前述した社会的・経済的価値が、地域・住民・企業・大学や研究機関といった各ステークホルダーに認知されると、参加・協力意欲が湧き、より広く関係人口創出に結び付けられる。そのため、今後は価値を可視化するロジックの生成が必要となるであろう。

(2) 参加対象と提供プログラムの拡充

また、日本全体で関係人口を増やしていくためには、今回の取組みのような事例が更に拡大していくことが必要である。今回の佐渡島の実証で明らかになった課題を踏まえ、対象企業の拡大に向けて、就労手続きの簡略化や、地域での就労形態を幅広く用意すること、また、企業の経営課題に応える企画内容が求められる。

地域への人材リソース提供の視点からすると、お祭りなどの文化や一次産業を中心とした定型されづらい仕事は、継承が難しいことから人材が不足しがちである。また、DX 人材等の高度スキルを必要とする人材も、地域でも育成環境が整備されづらく、不足している。これらの領域こそ、人手不足が切実な地域から、外部人材の関わりを求めるニーズが強い。地域で求められるスキルと人材をマッチングし、リモートワークで都市と地域の仕事を両立しながら旅して回り、色々な地域のヒト・モノ・コトを学び、繋げていく、多様な雇用形態の「ワデュケーション」の実践者を増やすことが大

切である。さらに、地域のお祭りや文化、一次産業を中心とした主に手仕事を行うコミュニティは、関係人口の中でも深いつながりや学びを得ることができるため、ワデュケーションの主要プログラムになり得るであろう。

また、子どもの教育・体験面でも地域からの学びが注目されており、山村留学・漁村留学・離島留学や保育園留学の取組みも普及傾向にある。これら子どもの学びに対するニーズを汲み取り、“子どもとその家族”もワデュケーションの対象者と捉え、プログラムを拡充することで、企業人以外の訪問機会も生まれ、さらに関係人口の拡大につながるものとする。

(3) 地域との関係深化

実証を通じて、佐渡島の特産品である“おけさ柿”に関わる活動やつながりが、佐渡島の羽茂地区のシビックプライドに大きく影響していることを認識した。おけさ柿選果場もコミュニティ形成の場の一つとなっていると考えられ、佐渡住民にとって大切な存在である。地域の方々に受け容れられるためには、地域における“共通言語”を理解した上で、同じ目線に立つことが重要であり、おけさ柿の選果のような業務に参加することにより、より深く地域のコミュニティに入ることができる。この、地域を学ぶ“Education”が、ワデュケーションの特長であり、ワーケーションとの違いである。

例えば、「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律(文化観光推進法)」においては、多様な地域のお祭りや歴史、資料等に関する拠点が認定されている。それらの施設と連携し、訪問前あるいは訪問初期に地域の歴史・文化を学ぶプログラムを用意し、背景を理解した上で地域コミュニティに入るといことも重要であるとする。

今後、ワデュケーションを他地域へ横展開していくにあたり、文化・食・自然・歴史から地域の魅力を見つけ、シビックプライドを理解するプロセスを組み込んでいき、地域との関係深化を図ることが重要である。

(4) 地域との繋がり維持

さらに、関係人口創出をサステナブルなものにするためには、第2章(2)で言及をした課題整理の“地域との関係深化”の次のステップ“繋がり維持”の施策も連続して用意することが肝要である。“リモートワークで都市と地域の仕事を両立しながら旅して回り、色々な地域のヒト・モノ・コトを学び、繋げていく、「ワデュケーション」の実践者を増やす”観点からも、地域内外の両方を行き来できる仕組みを構築することが優先課題ではないだろうか。

その手法として、フィジカルな場の提供とデジタルでつなぐ場の提供の両輪が必要であるとする。具体的には、フィジカル面では、現在各自治体にて取り組んでいる移住・定住に向けた空き家活用などの施策に加え、空き家活用の対象者拡大(短期滞在や副業実施者)や、官民でウィークリーマンションなどの滞在施設を整備することも必要である。また、デジタル面では、地域との情報交換や絆を持ち続けるためのコミュニケーションサービスの提供等も求められる。

参考事例として、香川県三富市における民間主体による半農半 X の推進が挙げられる。瀬戸内 ReFarming 株式会社が地域の事業と連携し、シェアハウス、空き家紹介、地域事業者への人材紹介、地域のスーパー・飲食店情報を提供し、二拠点生活のインフラの課題を解決している^{iv}。

(5) デジタルを活用した関係人口創出のモデル構築

このように、リモートワーク等の“デジタル”を活用した働き方の実践を地域への訪問契機としてポテンシャル人口を広げ、実際に訪問して(リモート・副業)ワークと学びの“フィジカル”体験により、地域との関係を深化させる。そして都市に戻った後は、“デジタル”活用によって地域との関係を維持・強化する、3STEP の「デジタル活用型ワデュケーション関係人口創出モデル」を提唱したい。今後、様々な関係者と連携し、モデルの確立・普及活動を進めていく。

ⁱ ワデュケーションとは、work(仕事)、education(地域のことを学ぶ教育)、vacation(休暇)を組み合わせた事業のことを指し、一般用語のワーケーションの一形態として位置づけられる。

ⁱⁱ 総務省「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(概要)」2018/1/26

ⁱⁱⁱ 国土交通省 国土政策局 総合計画課「『関係人口の実態把握』補足資料」2021/3/17

^{iv} 国土交通省「論点整理(案)に関する参考事例集」

(本レポート執筆者)

東日本電信電話株式会社 地域循環型ミライ研究所

所長 飯塚 智

シニアエバンジェリスト 藤田 建次

エバンジェリスト 蛭田 正隆

エバンジェリスト 水谷 考嬉

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株) イノベーション&インキュベーション部

部長/マネージング・ディレクター 渡邊 藤晴

シニアマネージャー 江川 美南

アソシエイト 稲見 亮哉

ビジネスアナリスト 中本 拓也