

第2のふるさと

A NEW HOMETOWN

まちが
わたしが
育つ旅。

二拠点居住促進関連施策について
～第2のふるさとづくり、ワーケーション～



国土交通省
観光庁

● 第2のふるさとづくりプロジェクト

『第2のふるさとづくりプロジェクト』とは？

- 『観光レジャー』目的の旅行の伸び悩み、**出張・知人訪問に余地**。
- 感染症拡大、リモートワーク等の進展、田舎にあこがれを持つ若者の増加などにより、**他者とのリアルな繋がりを求める動き**。
- 地域資源に触れ、**地域との関係性や参画が段階的に深まり、地域の関係人口化**することで、自発的な来訪の高頻度化や滞在の長期化等に期待。

地域との繋がりに着目した
新たな旅のスタイルへの可能性

これまでの旅とは異なる
「何度も地域に通う旅、帰る旅」
『第2のふるさとづくり』

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）

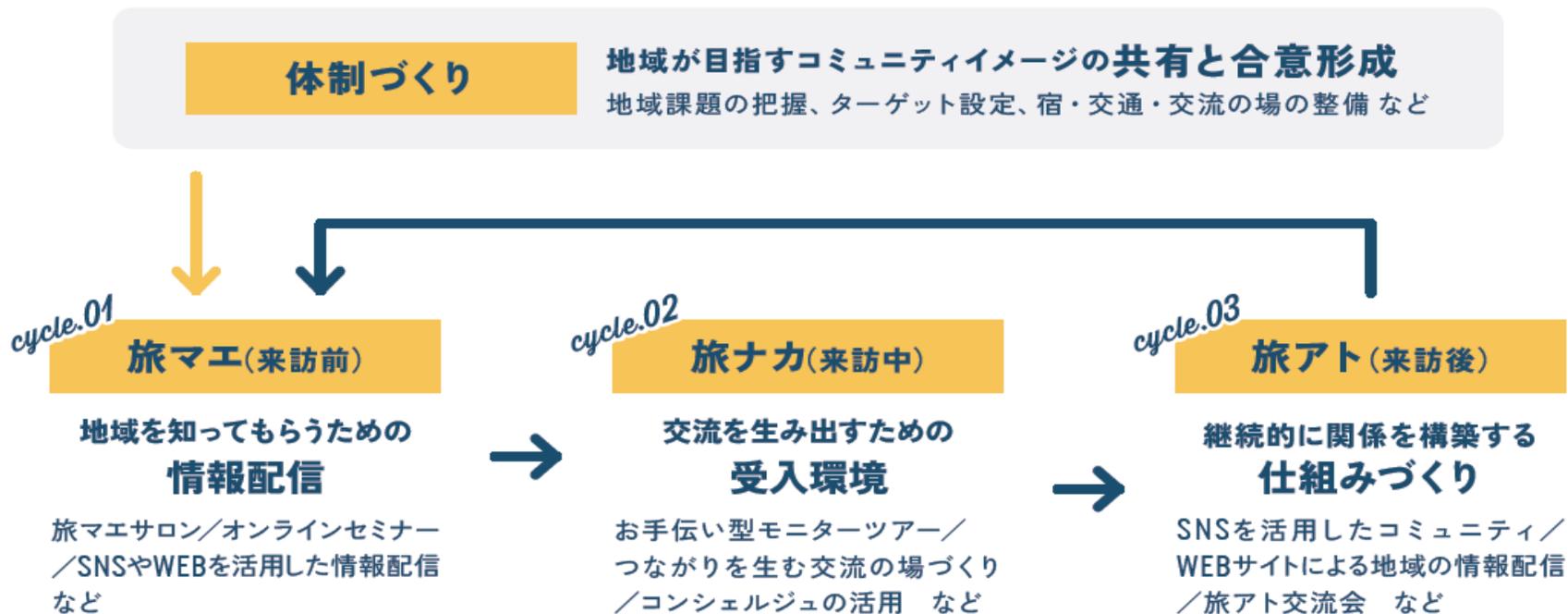
	根源的共同性	場の共同性	自覚された共同性	目的を持った共同性
生存／安全	観光			
愛／帰属		ロイヤルカスタマー		
承認			関係人口	
自己表現				二拠点・多地域居住人口

来訪の高頻度化・長期化
地域での個人消費額増

● 『第2のふるさとづくり』が目指す新たな旅のスタイル

- ✓ 1度訪問しておしまいではなく、継続して何度も訪問（関係人口化）

再来訪を生み出すための循環型サイクル



『第2のふるさとづくり』の実践

- ✓ 第2のふるさとづくりは、地域への観光消費の拡大のみならず、移住定住の促進や地域の観光産業の担い手確保にも貢献

地元住民との交流

香川県琴平町（株式会社地方創生）

※R5・R6事業

- 自身のスキルを地方に活かしたいビジネスパーソン等をターゲットに、**地元住民の生業の体験や町で活躍するローカルイノベーターとの交流**等を行うコンテンツを造成。また、「複業兼業」で関われる仕事や「ボランティア活動」等、**地域との関わりしるとなる情報発信サイト**を構築し、来訪後も地域と関われる環境も整備。
- **モニターツアーに参加した1名が琴平町へ移住。**



京都府南丹市美山地区

（一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会）

※R4・R5事業

- 京阪神地域在住の大学生をターゲットに、美山地区に訪れる学生をまちづくりの協力者と位置づけ、今まで地域にクローズされていた**地域行事への参加をテーマにしたコンテンツ**を造成。
- 地域の茅刈り作業や鮎祭りの運営等のお手伝いを通じて、地元住民との交流を図ることで、**モニターツアーに参加した学生1名が地域のDMOに就職。**



地域の観光産業の担い手確保

新潟県南魚沼市等（一般社団法人雪国観光圏）

※R4～R6事業

- 地域の複数の旅館等を舞台に、受入側となる地域側は場（交流機会＋寝床）を無償で提供する代わりに、来訪者側はお手伝いワークを提供する、**相互にGIVEの交換で関係性を育むスキーム**を構築。
- 地元住民との交流を通じて関係人口化された来訪者が、**人手不足で悩む地域の旅館・ホテル等の人材確保に貢献。**



福島県二本松市（一般社団法人岳温泉観光協会）

※R6事業

- 磐梯朝日国立公園を舞台に、アクティビティや自然学校を通して地域に関心を深めた層をターゲットに、山道整備等の保全活動等への参加を通じ、この地へ通うことがライフスタイルとなる層に向けて、**地域のガイドとして育成するプロセス**を構築し、生業として地域に関わる人材の創出を目指す。



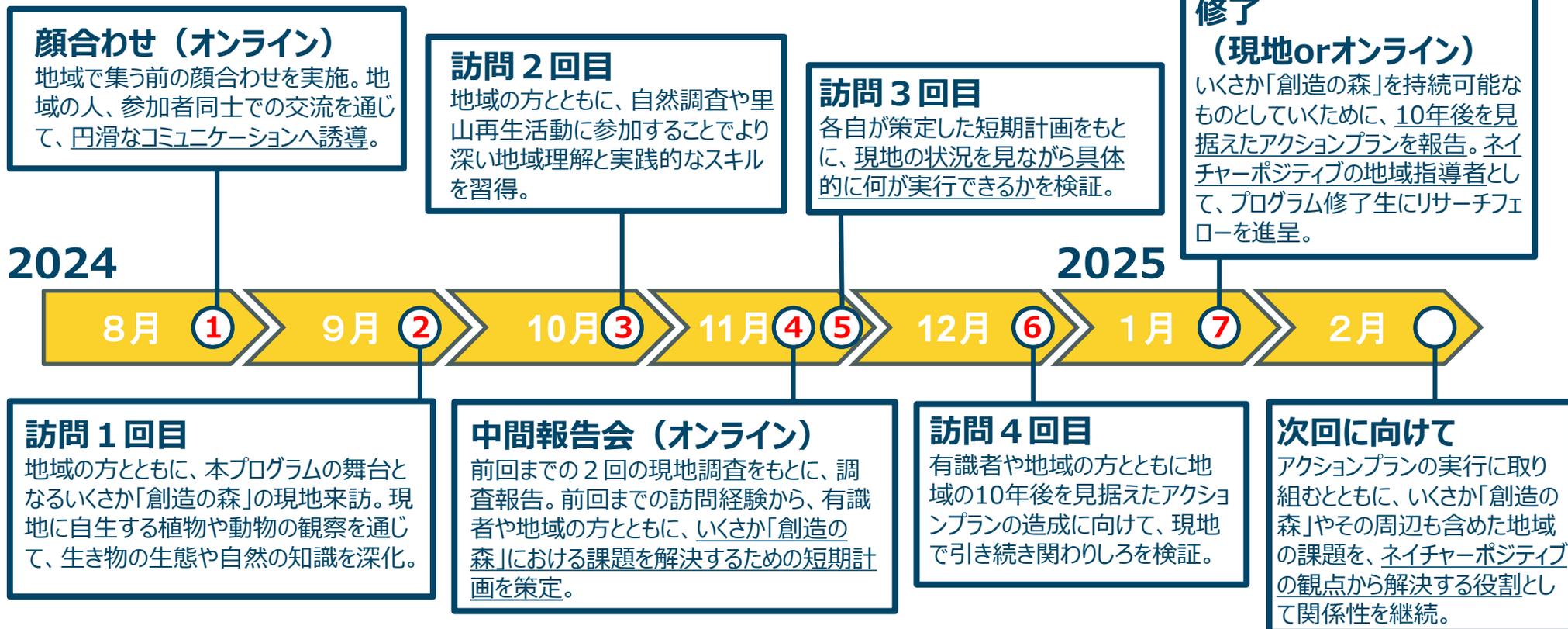
● 今年度のチャレンジ 『年4回以上来訪を10名創出』

長野県生坂村における取組



いさか「創造の森」

- 「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」をテーマに、参加者が自然環境の保護と再生について考え、共に行動することで、生坂村の自然環境を未来にわたって守り続ける環境の構築を目指す。



● 企業における地域との関係人口化の取組

- ✓ 業務型のワーケーション等を通じて、企業において地域課題の解決や地方創生をテーマに、地域の現場を訪れるニーズが増加
- ✓ このような取組も、継続的な来訪を促す取組として期待

宮城県釜石市

企業-地域の協働による地域課題解決型ワーケーション

- 人口減少による地域産業の衰退や交通サービスの低下などの地域課題に触れることをテーマにしたワーケーションプログラムを造成。
- 地域創生への意欲が高い企業を誘致・地域課題とのマッチングを実践。



【NTT東日本・NEC】
ワーケーションテーマ：水産業

「水産業をテーマに、地域課題に触れるワーケーションを実施したい。」

「新たな特産品としてジビエを取り扱ってはどうか？」と考える企業側の意見に対して、地域側の意見を摺り合わせてプログラム内容へ反映

行政・地域事業者と交流
現地ワーケーション

漁協に対し、自社ソリューション（IT技術）を用いた
畜養ウニ養殖の効率化および新たな養殖事業を提案

令和7年度の取組

※令和7年度概算要求資料より抜粋

関係人口化を通じた反復継続した来訪を創出する「第2のふるさとづくり」

- 令和4年度の事業創設以降、地域との交流・地域運営への参画等を通じて地域との繋がりの創出を目的とした新たな旅のスタイルの構築に取り組んできたところ。令和7年度においては、過去の取組における課題であった取組地域の拡大や地域経済への波及効果の拡大について重点的に取り組む。
- また、『人と地域の関係人口化』のみならず、企業においても、地方への関心が高まっており、地域課題への接点を求め、ワーケーション等を通じて、地方とのより深い関係の構築を模索する企業が増加。このような傾向に対して、地域と企業の結びつきを強固なものとし継続的な来訪に繋げるため、『企業と地域の関係人口化』の促進に繋がるプログラムを『企業版第2のふるさとづくり』として、企業をターゲットとした地域交流型の新たなプログラムの造成を目指す。

人と地域の関係人口化

(1) 初動事業化支援モデル

専門家の伴走支援により、新たに取組を行う地域の初動を支援。(補助事業)

(2) 先駆的事例創出モデル

地域への経済波及効果の高い新たな事業モデル等の創出を実施。(調査事業)

企業と地域の関係人口化

(3) 企業版第2のふるさとづくりモデル

地域課題の解決など、企業の関心が高いテーマに関して地域との交流を通じて学ぶ体験型プログラムを造成し、滞在を通して知見を企業が地域に還元していく「企業の関係人口化」に向けたモデル事例創出を実施。(調査事業)