

令和4年度（補正予算）

関係人口創出・拡大のための対流促進事業 （中間支援組織の提案型モデル事業）

事業の実施結果 （概要）

団体名	一般財団法人 地域・教育魅力化プラットフォーム
事業名	「地域みらい旅(みらたび)」 -地域や企業との連携・協業を通じた越境機会創出と食・環境への興味・行動喚起-

- 本事業では、10名程度の参加者を想定し、2泊3日から3泊4日程度の短期間のプログラムを、農業・環境分野をテーマに北海道鹿追町、漁業をテーマに徳島県海陽町を実証地とし、中学生・高校生向けのプログラムを実施。
- パーソルホールディングスとの協業による企業人への研修も実施し、幅広い層への関係人口化及び食・環境への意識醸成を行った。

主な活動内容

1. 北海道鹿追町での越境・探究プログラム実施

- 10/6-9に中学生向けの越境・探究プログラムを実施。
- 鹿追ジオパークや苔の森散策・ガイド、地元中高生との探究活動の取り組み見学等を実施。

2. 徳島県海陽町での越境・探究プログラム実施

- 10/19-22に高校生向けの越境・探究プログラムを実施。
- 牡蠣養殖現場や海の水の豊かさを支える山(轟神社)のフィールドワークや竹あかり制作を通じた竹林資源の活用等を実施。

3. 広島県大崎上島町での越境・探究プログラム実施

- 10/21-23に企業向けの越境・探究プログラムを実施。
- 地元農家や漁師との座談会や、作業現場へのフィールドワークと一次産業従事者との対話会等を実施。



北海道鹿追町
苔の森散策の様子



北海道鹿追町
ツアーガイドからの風穴の説明



徳島県海陽町
牡蠣養殖の現場で養殖事業や
海洋資源についての説明



広島県大崎上島町
有機レモン農家フィールドワーク
産業・仕事の現状について対話

主な成果

1. 参加者や地域の声

- 参加者からは、自然やその地域特有の生き物のこと、一次産業の現状を理解できたということや、家族旅行や関わった地域の特産品購入意欲が向上したという声があがった。
- 地域住民からは、町の取り組みや一次産業者の声を聞いてくれる機会になったことへの感謝や再訪の際は前向きに受け入れたいといった声があがった。

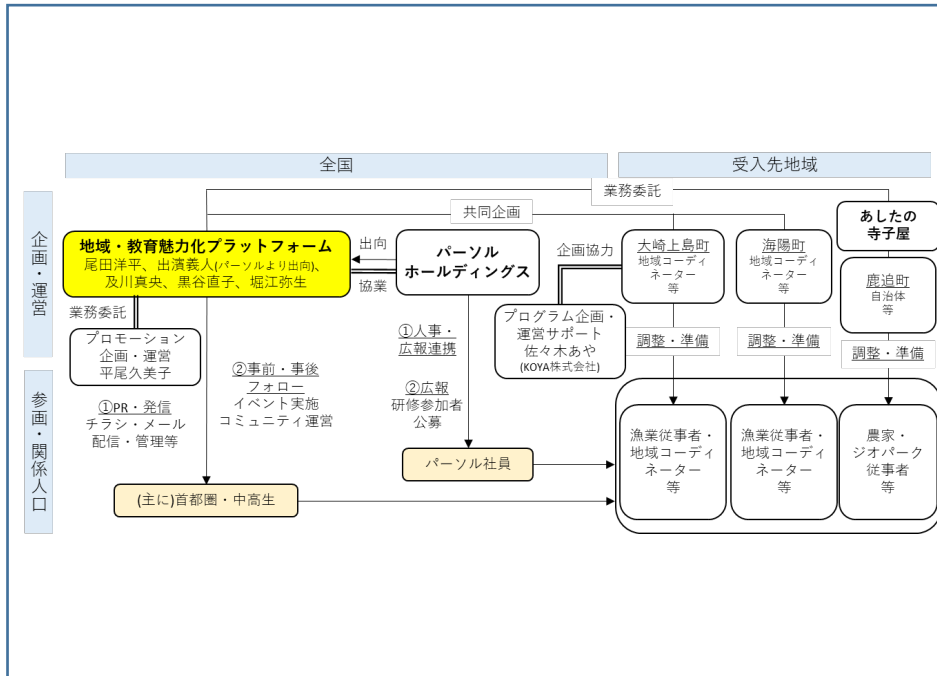
2. 地域への影響や関係人口側の変容・文化的充足感

- 地域みらい留学を利用して3年間の留学している生徒や、現地の一次産業従事者と継続的に連絡を取り合い、プログラム実施後に再訪する事例が発生。

3. 事業を通じて得られた気づきや知見

- 直接現地に赴き自分の目で見て体験し、実際に現場の話を聞くことで環境や一次産業、訪問地域への興味関心が高まり、再訪や長期滞在への意欲向上に繋がる。

事業実施体制・関係機関



団体名	役割
一般財団法人地域・教育魅力化プラットフォーム	事業推進、プログラム企画・運営
株式会社あしたの寺子屋	北海道鹿追町プログラム業務委託
鹿追町役場	北海道鹿追町プログラム運営サポート
株式会社リブル	徳島県海陽町プログラム運営サポート
一般社団法人Disport	徳島県海陽町プログラム企画・運営サポート
パーソルホールディングス株式会社	広島県大崎上島プログラム共同企画
KOYA株式会社	広島県大崎上島プログラム企画・運営アドバイザー、サポート

食や環境に関する取組状況

- 北海道鹿追町プログラムの参加者(中学生)がジオパークへの訪問を機に、「環境」に関する興味関心が高まり、今後学校での探究テーマとして勉強するようになった。
※事後オンラインプログラムでの振り返りの際のコメントより
- 徳島県海陽町プログラムの参加者(高校生)が、受入先の牡蠣養殖事業に興味関心を持ち、今後インターンシップに参加したいと意思表明をし、継続的に現地と連絡を取り合う関係性ができた。
※事後オンラインプログラムでの振り返りの際のコメントより



次年度以降の事業展開

- 短期間の越境・探究プログラムの体験を通して長期の越境滞在への興味や自身(または家族帯同)の再訪意識が向上することが見えてきたため、弊財団が行っている「地域みらい留学」と接続できる短期の越境・探究プログラムを中心に事業展開していくことを目指す。
- 参加者の主な対象は中学生に据える。弊財団が持つ100校・100地域のネットワーク先を「地域みらい旅」の訪問先にし、その地域ならではの体験や、前向きに地域や町づくりに取り組む大人や探究活動を進める地元中高生との交流機会をコンテンツ化することで、地域みらい留学への進学意向を高め、実際に3年間留学に行く生徒を増やす。
- 個人からの参加費のみで事業設計すると参加費が高額になるため、生徒募集や関係人口創出に繋がるきっかけづくり等を地域側の価値として提供し、自治体からも金銭的支援を頂くモデルを形成し、(参加したくても)経済的な理由で参加できない生徒の参加障壁を下げるモデルの構築を目指す。
- 地域には自然環境や一次産業従事者が多く、3年間様々な地域の中で日本を支える食や環境に関するリアリティを直接的・持続的に感じる機会を持つことで、将来それらの分野に就業する可能性も高まることが推測される。

＜事業スケジュール＞

●2024年度

- 実施地域：7地域
- 実施時期：主に夏休みなど長期休暇中を想定
- 集客プロモーション開始時期：5月頃から順次開始
- 25年度に向けた自治体営業：6～10月

●2025年度

- 実施地域：25地域
- 実施時期：主に夏休みなど長期休暇中を想定
- 集客プロモーション開始時期：5月頃から順次開始
- 26年度に向けた自治体営業：6～10月

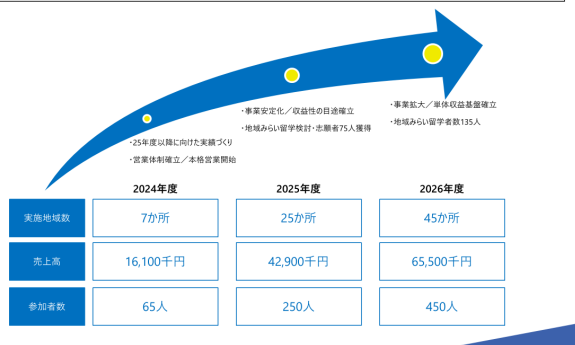
●2026年度

- 実施地域：45地域
- 実施時期：主に夏休みなど長期休暇中を想定
- 集客プロモーション開始時期：5月頃から順次開始
- ※27年度以降は今後体制整備を検討する中で整理

3年間のマイルストーン (3か年で具体的にどこを目指すのか?)



地域みらい留学を通じた意志ある若者の輩出に繋がるインパクトと事業単体の収益化の2つのインパクトを達成する
 ・来年度は、特に①地域みらい留学チームとの連携体制と②25年度に向けた営業体制構築、③プログラム企画・運用の型化を進める



自立・自走化にあたっての課題

- 集客面の課題
 今後事業推進を行うにあたって、安定した集客チャネルの構築や参加しやすい参加費に設計できるビジネスモデルの構築が必要である。
- 体制面の課題
 今後、実施地域を拡大していくにあたって、受入・地域における企画や運営の推進体制を構築していく必要がある。