事例No.	1260
公表年度	R2
団体の属性	町村
団体名	奈良県下北山村

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・ICT

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

「森で育む学生拠点活用プロジェクト」事業

出典

令和２年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業調査報告書

(16) 奈良県下北山村

事業名：「森で育む学生拠点活用プロジェクト」事業

取組の概要

特産品の生産等に関する担い手不足という課題解決に向けて、オンラインも活用しながら、都市部の大学生等若年層を対象とした地域の木材資源活用のワークショップや休耕地を活用した農業体験を実施。

主な成果

30 名以上の関係人口が創出され、村の木材を利用した建具の開発、特産品の栽培・生産、地域の魅力を発信する WEB サイトの構築等を村民との協働で実施。地域に愛着を持ち継続的に訪問を促進する動機づけも進んだ。

①事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

・下北春まな等の特産品の生産者の高齢化が進み、地域の担い手不足が課題である。さらに若者不足によるアイデア不足や活力の低下が課題である。
・大自然を求める都市部の住民との情報交流の強化や、関係人口拡大の仕組みを構築することで、村への人の流れの創出を図る。

2) 概ね５年後の地域の理想の姿

・現在人材不足に悩んでいる、特産品生産の担い手が確保できている。また、関係人口が地域の住民と協働して、２拠点居住や新たな形で村の暮らしを継承している。
・村の認知度が上がり、関係人口として都市部からの来訪者が増加し、地域住民と協働して課題解決に向けた動きが活性化している。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

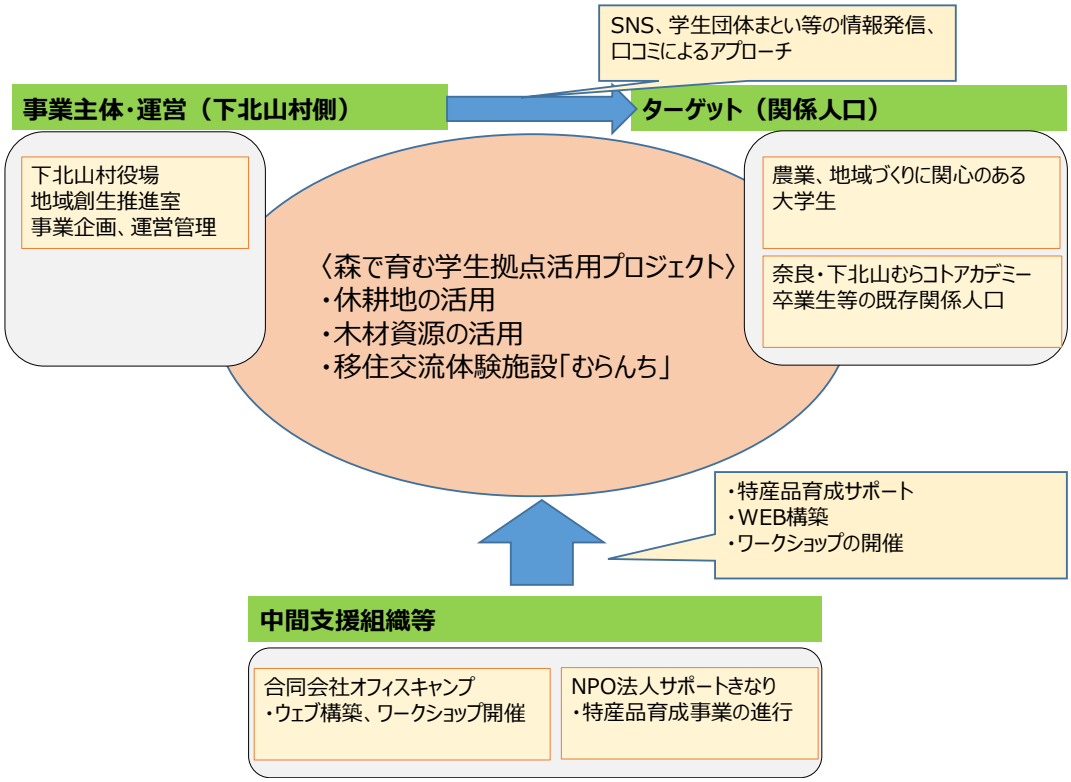
・首都圏の若者層をターゲットに東京での連続講座や、村での現地実習を通年で行い、村との関わり方プランを発表する担い手人材育成講座「奈良・下北山むらコトアカデミー」を平成 28 年度～令和元年度にかけて４回開催。アカデミー卒業生は 39 名で、そのうち２名が下北山村に移住。
・都市部の大学生をターゲットに村の空き家や森林資源活用等の課題解決に取り組む「森で育む学生拠点創造プロジェクト」を実施した。森林資源を学び、地域交流を大切にしながら、村産材を使った空き家リノベーションを行い、関係人口の拠点と地域の人との交流の場を生むことに繋がった。

4) 今年度事業の目標

目標	関係人口による「地域資源の活用」および「休耕地を活用した特産品の育成」により地域に活気が戻る。また、都市部との情報交流を強化することで関係人口が村に積極的に関われるよう、情報整理や効果的なプロモーションを行う仕組みを構築する。
成果指標	①地域資源、休耕地活用に関わる関係人口の数（事業参加者数） ②ウェブサイトにて記事を投稿する関係人口
目標値 （基準値）	①20 名（基準値：13 名（2020 年）） ②２名（基準値：０名（2020 年））

②事業実施体制

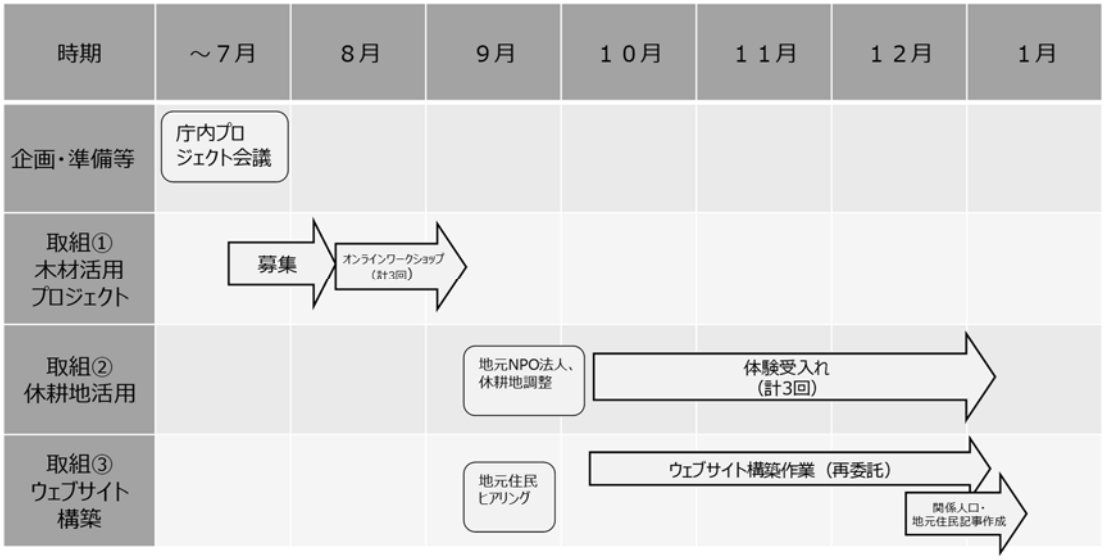
区分	団体・組織名称	役割
行政	奈良県下北山村 地域創生推進室	事業の企画、運営、調整
地元関連団体	NPO 法人サポートきなり	特産品育成事業サポート（参加者受入、実行）
その他	地域おこし協力隊（林業）	木材活用事業サポート（ワークショップ企画、実行）
その他	合同会社オフィスキャンプ	ウェブサイト構築、ワークショップ開催（企画、取材、進行）



③ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
農業、地域づくりに関心のある大学生	SNS、関係人口からの口コミ	・特産品育成事業、地域資源活用事業への参加 ・関係案内人として育成
奈良・下北山むらコトアカデミー卒業生	メーリングリスト	・特産品育成事業、地域資源活用事業への参加

④事業スケジュール



⑤取組の内容

【取組1　木材資源活用プロジェクト】

目的と概要

・村産材活用のため、DIY やモノづくりに関心のある大学生をターゲットに、オンラインワークショップを３回開催した。

開催日時

・８月 18 日、８月 26 日、８月 27 日

プログラム

・挨拶～説明～木材加工の講習～村産材を使った建具の組み立て～意見交換

参加者

・首都圏７名　関西圏７名　地元住民６名、(SNS により募集)

開催状況

・昨年度関係人口の拠点として整備した、移住交流体験施設「むらんち」の建具づくりを、オンラインワークショップ形式で行った。

成果等

・参加者アンケートによると、参加者の 75%が下北山村に滞在したいと回答した。また、継続的に村に関わりたいと表明してくれた関係人口が大半を占め、今後の村の人材不足を解決することに期待できる。一方でオンライン開催については、「物足りなさを感じる」という回答やはじめて参加する人の中で、「村の魅力が映像だけでは伝わりにくい」という回答をした参加者もいた。





【取組2　休耕地活用プロジェクト】

目的と概要

・特産品の PR、休耕地活用のため、農業や地域づくりに関係のある大学生を対象に、農業体験を３回開催した。関西圏から４名の受入を行い、休耕地の整備から種まき、苗の移植、収穫まで継続的に足を運んでもらい村への愛着を育てた。

開催日時

・ 10 月 20 日、11 月 10 日、２月３日

開催場所

・下北山村　佐田地区

プログラム

・オンラインによる特産品生産者との交流～休耕地整備～種まき～苗の移植～収穫

参加者

・オンライン参加 10 人、現地受入４人

開催状況

・特産品である下北春まなを知るために関係人口と生産者とがオンラインで交流した。育成に関する情報収集や特産品に対する想いをヒアリングすることで、関係人口自らが生産する意欲を醸成した。休耕地の選定や持ち主との調整を行い、休耕地の整備から育成、収穫までを関係人口が一貫して行った。

成果等

・参加者へのヒアリングによると、都市部ではできない環境で農業体験ができたことや、地域の生産者の想いを知ることで村への愛着が湧いたと声があった。長年使用されていなかった休耕地 1.5a が関係人口によって活用され、住民からも嬉しいと声があった。また、関係人口によって 700 株以上の下北春まなが栽培され生産量は増加した。







【取組3　都市部との情報交流の強化（ウェブサイト構築）】

目的と概要

・都市部との情報交流を強化するため、村の魅力が分かりデザイン性が高いウェブサイトを構築する。関係人口の入り口となるウェブサイトは、関係人口の寄稿した記事や住民の記事が掲載され、関心層に情報が伝わりやすい仕組みとなっている。

開催時期

・令和２年 10 月上旬～令和３年１月末の間

開催場所

・下北山村全域

プログラム

・住民ヒアリング～関係人口ヒアリング～フィールドワーク～ウェブ立ち上げ～記事寄稿

参加者

・地元住民２名、関係人口２名（記事寄稿）

開催状況

・都市部の関係人口に対して、ウェブサイトを使って効果的なプロモーションを行うために、地域住民や関係人口へのヒアリングを行った。ウェブサイトを活用し、情報交流を強化することで関係人口から移住へのステップに繋がるよう取り組む。

成果等

・ウェブサイトには、関係人口が村への想いや、関わり方を記事として寄稿しており、関心層にとってより地域が見えるように設計されている。また、このウェブサイトは移住交流体験施設「むらんち」を拠点に、移住体験ツアー等を行った後に、村の魅力を情報発信できるプラットフォーム的な役割を担うことが期待できる。





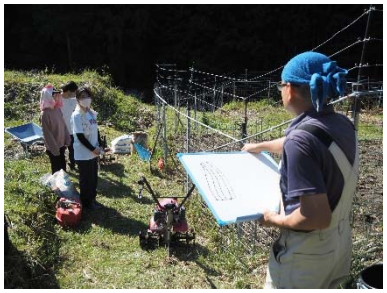
⑥事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

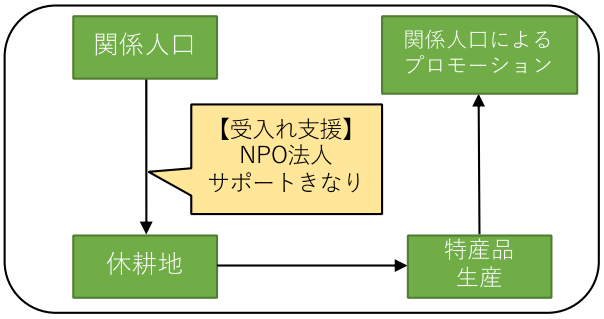
取組名	取組①：木材活用	取組②：休耕地活用	取組③：ウェブサイトkinarito
取組の結果（アウトプット）	村外参加者：１７名 住民参加者：６名	村外参加者：１２人 村民の参加者：５名	関係人口による記事投稿２件 村民による記事投稿２件
取組の成果（アウトカム） 関係の創出・深化に関する成果	アンケートの結果、オンラインでの取組に対する満足度が高かった。約8割が村へ滞在したいという意識になった。	休耕地を整備し、特産品の栽培に携わることで、参加者４名から継続的な来訪を希望する声があった。	関係人口が村の魅力を発信するプラットフォームができた。
取組の成果（アウトカム） 地域にもたらされた成果	関係人口と住民の協働により、村の木材を活用して、DIYで制作する建具を開発した。	休耕地の活用により、特産品「下北春まな」を700株以上生産。SNSで情報発信をすることで認知度が上がった。ふるさと納税での下北春まなの発送に繋がった。	地域の魅力が伝わるウェブサイトを構築することで、都市部との情報交流の強化を図ることができた。
今年度事業の目標達成状況	【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値】 木材資源、休耕地活用、ウェブサイト記事投稿に携わる関係人口の人数　３１人：（前年比169%増、目標の140%）		

2) 本事業全体を通じた成果

・生産者とのオンライン交流会に 10 名が参加し、下北春まなの育成方法や村の特産品の取組を学び、休耕地を活用して栽培を行った。コロナウイルス感染症の影響もあり、関係人口同士をオンラインで結びつけることで、関西圏と関東圏の大学生が連携・協力が生まれた。関係人口が特産品の育成に関わりやすい雰囲気の醸成や、地元 NPO 法人による受入の第一歩となった。



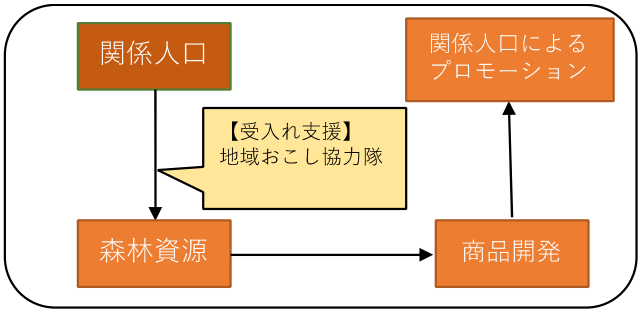




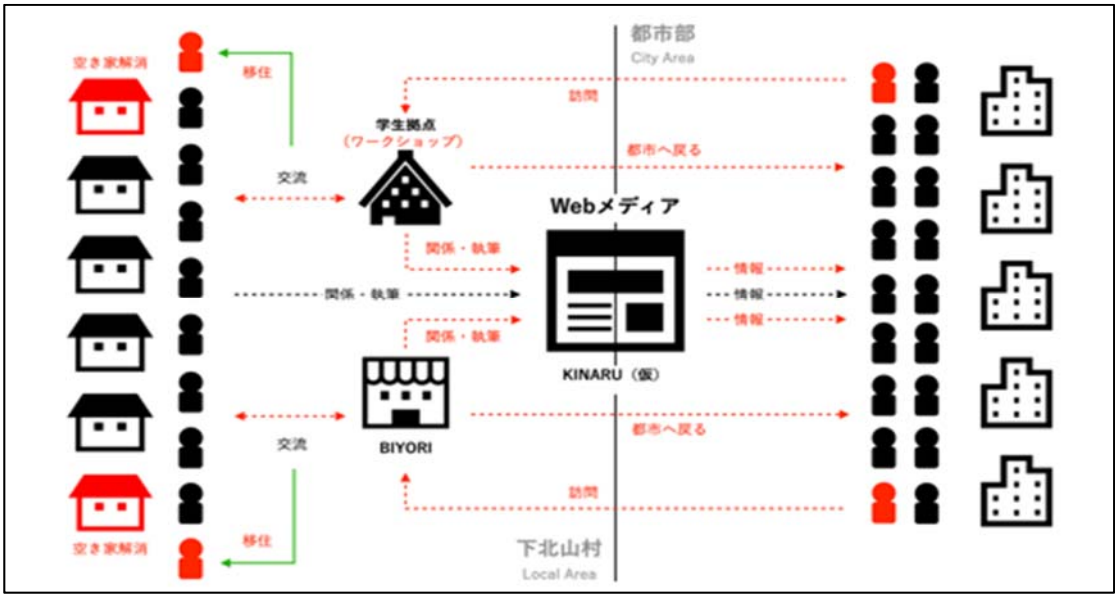
・DIY で制作可能な建具づくりをオンラインで行い、村産材の活用と新たな商品開発につながることが期待できる。また、関係人口の拠点に愛着を持ち継続的に訪問を促進する動機づけを行うことができた。







・都市部の住民が訪問し、人との交流や体験を通じて、ウェブメディアで情報発信をすることで、村への人の流れを促進する仕組みを構築した。また、関係人口から関係案内人となり村への関わりを創出する役割を持つ人材を育てることへ繋げていく。



⑦事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

・事業の数値目標は達成されたが、既存の関係人口から新規関係人口の獲得に関しては課題が残る。関係人口の裾野を拡げる仕組みづくりや、様々な関心層をターゲットとした事業展開の必要があると感じた。
・アンケート調査等で関係人口の意識調査を継続して行っていきたい。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

・関係人口を受け入れる人材の確保や、中間支援組織の形成は課題である。
・平成 28 年から関係人口の創出に取り組んでいることや、今年度のように関係人口が地域で少しずつ活動を始めていることで、地域内での関係人口への理解は確実に進んでいる。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

・既存の関係人口である大学生を中心に事業を展開していったが、他の世代の関係人口への波及効果が薄いことが課題であった。募集に関しては、SNS を中心に行ったが費用対効果は高いと感じる。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

・コロナ対策のため、来村する人数や対象地域を限定することとなり、事業実施の苦労があった。オンラインのコミュニケーションは、関係性の深化の面で物足りなさを感じる参加者が多く、村の魅力は来て、見て、感じることが大切だと改めて分かった。
・休耕地の活用が進んだことや生産者の喜ぶ声を聞くと、関係人口と協働しての地域づくりは今後も継続してやっていく意義は大きいと感じる。

⑧今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

・移住交流体験施設「むらんち」を拠点に、移住体験ツアーや農業体験を企画する。さらに今年度構築した、ウェブサイト内で関係人口による村の魅力発信を継続的に行うことで、関係性を深化させつつ、良質な情報発信を行うことで村に関わる関係人口の質を高めていく。

2) 地域における関係人口への期待について

・地域の魅力を都市住民目線で発信してもらうツールとしてウェブサイトを活用し、効果的な情報発信を行っていく。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

・これまでの関係人口創出・拡大事業で、地域の関係人口への理解、関係人口の拠点づくり、移住サポート、資源活用等様々な取組を展開してきた。今後は、関係人口から移住へのステップに移行しやすい体験ツアーの実施や村のプロモーションを強化すると共に、空き家の利活用により移住定住を促進する政策を実行していくことを検討する。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

・昨年度は、役場が主体となって事業を進めていたが、今年度から地元 NPO 法人と連携して、受入の一部を担ってもらった。地域住民の関係人口への理解を促進し、移住施策の一環として既存の協議会等で関係案内人の役割を果たしてもらうなど、受入体制を強化していく。