

林業

商工業

アウトドアレジャーを楽しむ 「山の仕事体験学校」



- 山の仕事を体験してもらうことで林業への理解を醸成
- アウトドアイベントを併せて開催することで集客を工夫
- 長期的な視野に立った林業の担い手・応援団の育成



シナリオ

- 山村の過疎化、就業者の高齢化、後継者不足に悩む林業者が、山村活性化のための新たな集客ビジネスを模索していた。
- 体験型レジャーが注目されている最近の観光ニーズを捉え、レジャー性を高めた林業体験を目指し、林業と親和性のあるキャンプに目を付けた。
- そこで、アウトドア用具メーカーと連携し、アウトドアレジャーのイベントを織り込んだ「山の仕事体験学校」を作ることにした。
- 同学校は、森林が持つ温もり・癒し効果に触れてもらい、森林維持の重要性など林業への理解を深めてもらうことを目的とする。
- 都会のアウトドア志向の消費者や児童生徒を想定顧客とし、林業者などが講師となって山仕事やキャンプの体験を指導、サポートする。

役割

林業者

- 山の仕事（間伐・枝打ち・伐採等）に係るノウハウ・経験をもとに、体験に訪れた参加者に分かり易く指導を行い、森林維持の重要性を理解してもらう。

アウトドア用具メーカー

- 体験学校のプログラムであるキャンプイベントを通じて、アウトドア用具に関する知識・安全な使用方法を指導する。
- アウトドア用具については、自社製品のマーケティング経費として現物の拠出を行う。

効果

林業者

- 体験学校での指導料収入により所得が向上する。
- 体験学校の参加者に、木の特長を知ってもらうことにより、木材製品・木造住宅の購買意識を高め、間接的な木材需要の底上げが図れる。
- 体験学校の参加者に、森林維持の重要性を知ってもらうことにより、消費者の林業への応援意識を醸成（山仕事への作業協力、植林事業への寄付等）し、将来の林業の担い手育成につなげる。

アウトドア用具メーカー

- アウトドア用具を実際に使ってもらうことにより、効率的に購買意欲を刺激する商品PR等のマーケティングが可能となり、売上げが向上する。

副次的効果

地元の人々

- 山の暮らしのノウハウ（炭焼き、木工、山菜採り、きのこ狩り等）を教えることで収入を得る。
- 講習生を自分のファンとし、通信販売などの顧客として安定的な顧客基盤を作ることが期待できる。

地域

- 体験学校を支援することで、当地域を観光客として再訪してくれる都会のファンを増やすことにつなげる。
- やがてそのファンの中から、長期滞在やIターンを希望する都市住民を育て、地元住民の増加につなげる。