

林野庁

令和 2 年度つたえる、感じる、つながる、 森林×SDGs プロジェクト事業 報 告 書

2021 年 3 月

株式会社かいはずマネジメント・コンサルティング
一般社団法人 森と未来

(令和 2 年度つたえる、感じる、つながる、
森林 × SDGs プロジェクト共同事業体)

報告書概要版

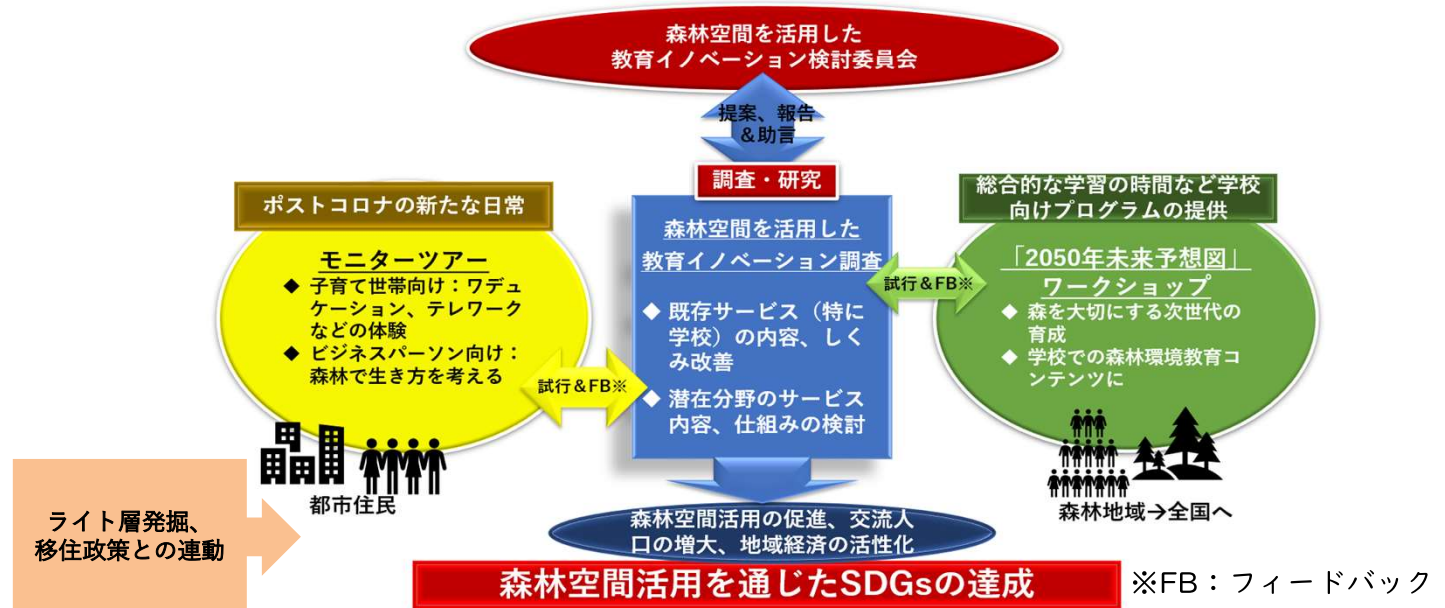
令和2年度つたえる、感じる、つながる、森林×SDGsプロジェクト事業 報告書（概要版）

事業概要

本事業は第1部「SDGs時代に対応する森林空間を活用した教育イノベーション調査」、第2部「メディア・企業との協創による『森林×SDGsプログラム』の発信」からなる。

目的

- 森林空間を活用した自然保育や学校教育、企業研修等、様々な「教育」にかかる現状、ニーズ、課題を調査し、今後の森林環境教育の推進に向けた新たな方向性を検討する。
- これまで森林と関わりの少なかった都市住民や未来の社会の中核を担う中学生・高校生に対して、前者に対し森林の新たな楽しみ方を提案し、後者とは未来予想図を作成する事業を実施、対外的に発信することにより、これら対象層の森林に対する理解・関心を高める。



第1部

SDGs時代に対応する森林空間を活用した教育イノベーション調査

第1章

調査概要

目的:SDGs 時代に対応する森林空間を活用した教育イノベーションの可能性を探る。

- ・ 森林空間を活用した幼児教育や学校教育、企業研修等様々な「教育」に係る現状、ニーズ、課題について整理する。
- ・ 具体的な政策パッケージを提案し、今後の森林環境教育の推進に向けた方向性について検討する。

方法:先進的な森林体験や森林環境教育を提供している事業者や関係者に対する遠隔インタビュー※(対象者30人)+文献調査+補完的な顧客アンケート

※対象者とインタビュアーが1対1で対話する定性調査手法。対象者の実態やその裏側にある理由・動機・価値観などを詳細に掘り下げて聴取できる。

本事業が目指す森林環境教育と森林体験の位置付け

- ・ 本事業が目指す「森林環境教育」は、「多様な課題解決を図ることができる人材を育てる」教育であり、「森林体験」や「森林を介した環境教育」を含む。
- ・ 「森林体験」を「森林環境教育」の重要な入り口として位置付け。



森林空間を活用した各種教育サービス

対象者	短期、単発、訪問型体験		長期、継続、定住型体験	
	サービス内容	実施期間	サービス内容	実施期間
幼児	各種団体、企業が企画する森のようちえんイベント	数時間～1日程度。	森のようちえん	通年。週4～5日の保育
小学生	各種団体、企業が企画する森の学童保育イベント	半日から1日程度。	各種団体、企業が企画する森の学童保育でコース型のもの	数時間～1日、週1～月1回程度
	学校での森林体験イベント（校外学習や林間学校など）	1, 2時間～半日程度。林間学校は1～2泊。	学校での森林体験（森林での教科学習や総合的な時間を利用した森林体験・学習など複数回にわたるもの）	1, 2時間～1日程度を数回～。
	学校以外の組織が企画する森林体験イベント	1, 3時間～半日程度。	学校以外の組織が企画する複数回にわたる森林体験	1時間～1日程度を数回～。定期開催も。
	各種団体、企業が企画するサマーキャンプ	1～2泊程度。最大30泊まで。	山村留学	転校前提で1年間。
中高生	学校での森林体験（登山・林間学校・教育旅行など）	1～2日程度。教育旅行は2～3泊（うちの半日から1日程度）。	学校での森林体験（森林での教科学習や総合的な時間を利用した森林体験・学習など複数回にわたるもの）	1, 2時間～1日程度を数回～。
	学校以外の組織が企画する森林体験イベント	1, 3時間～半日程度。不定期開催が多い。	学校以外の組織が企画する複数回にわたる森林体験	1時間～1日程度を数回～。定期開催も。
成人向け	森林での社員研修・CSR活動	1～数泊程度		
	森林でのエクゼクティブリトリート	1～数泊程度		
	森林でのキャンピングオフィス	数時間～数泊程度	森林でのサテライトオフィス	常設型

学校を中心とした各種組織が実施
学校以外の組織が実施

森のようちえん

認知が広まり人気が高まっており、移住振興の核にもなっている。森のようちえんに在籍する子どもの総数（2014年時点推計）は全国で3,600人程度（全児童数の0.2%）。供給不足が最大のボトルネック。経費に占める人件費の割合が高く民営園の経営は厳しく、事業の拡大が困難。一般園での体験活動の強化も有効な方策だが、園の近くに子どもが自然と触れ合える場所を確保できるかどうかは鍵。一方、保育無償化の一環として2021年度からは森のようちえんも公的補助の対象になり、経営状況の改善が期待。

青少年教育

遊びを通じ日常的に自然に触れる機会は都市部でも山村部でも減少。学童保育での森林体験はまだ黎明期。学校での森林環境教育は授業枠の確保が最大の課題。外部人材の利用も増えているが、子どもに考えさせるファシリテーション能力を持った人材は不足。学校外での森林体験は、ボランティア提供型から購買型へ移行しており高付加価値商品が人気。多忙な中高生をターゲットにした民間の森林体験サービスはほとんど存在しない。

社会人教育

参入事業者は増加しているが、サービスが一般の研修市場で広く認知されるのはこれから。経営層向けのリトリートやキャンピングオフィスなどサービスは多様化。

中間業者の利用

自然学校などは小規模事業者が多く、自社集客・自社販売が基本。事業者自身が旅行業資格を取得することも増えている。大量販売に向かないサマーキャンプや企業研修は、中間業者から見て魅力が薄い。大手の旅行代理店は顧客として社員旅行などを実施している企業と接点があるため、研修実施業者から見て提携するメリットは大きい。教育旅行の場合、旅行代理店による手配も一般的。SDGsの要素として自然体験を入れることもトレンド。

幼児教育・保育：

森のようちえんイベントは増加。おむつ対応などきめ細やかなケアで幼児からサマーキャンプの対象とする事業者も。

学校の枠組みの中での新しい試み：**推進のポイント**

- ・ 教員の負担を軽減：講師探し、授業案作成、承認取り付けといった一連のプロセスをサポート。
- ・ 「生きる力」の醸成と森林環境教育のバランスをとったプログラムの提供を働きかけ。
- ・ 森林で教科学習を行う工夫。
- ・ 地場産業やキャリア教育との連携。
- ・ 自然学校との連携。
- ・ 地域学校協働活動など地域の人々との連携（4.2.3*）。
- ・ 社会課題解決型の活動を実践する部活動の推進（4.2.6*）。

外注化のフィージビリティ（実現可能性）

- ・ プログラムの狙いや教育課程の中での位置付けなどを学校側と打ち合わせした上で、企画から実施まで全て委託することは可能。

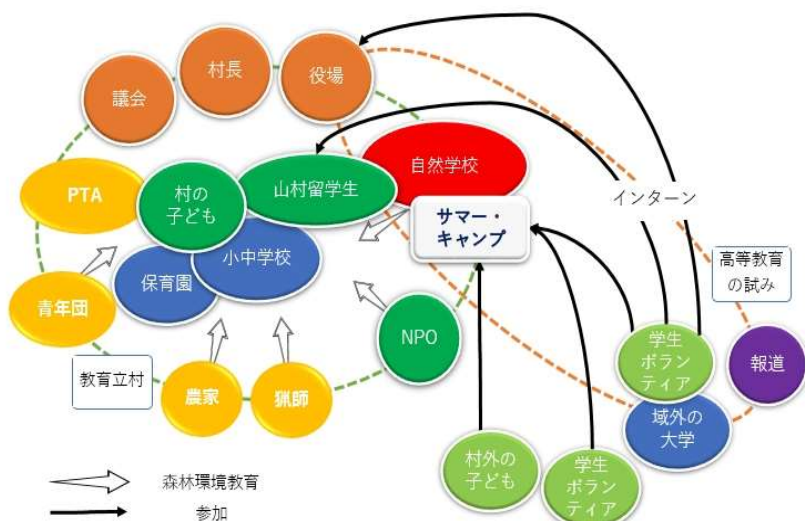
学校の枠組みの外での新しい試み**推進のポイント**

- ・ ライト層や別関心層に向けたプログラムの戦略的な提供：初めて森林を体験する人が感じる体力的・心理的・時間的なハードルを下げるプログラムの設定。
- ・ 顧客の不安に寄り添い、満足度を高めるきめ細やかな対応。
- ・ 長期キャンプを含む、多様なプログラムの提供。
- ・ 森林を利用したキャンピングオフィスやリトリート、研修サービスの認知とリーチの拡大。
- ・ 自然を活かした教育を軸とした移住振興と新しいコミュニティ作り（4.2.2*）。
- ・ 地域間連携を軸とした、都市部の子どもたちへの森林環境教育の提供（4.1.3*）。
- ・ オンラインでのプログラム実施などデジタル技術の活用（4.2.6*）。

* 報告書の該当章番号。

新規サービスのフィージビリティ（実現可能性）

- ・ 森の学童保育：平日常設型は週1回のコース型を含めて実施例は少ない。週末型のプログラムは広く提供されるようになってきている。地域学校協働活動でも実施例あり。
- ・ ワークेशनサービス：Wi-Fi環境などのインフラ整備や指定管理者との契約形態の改善を含め、実施は可能。キャンプ場ではすでに約3分の1でサービス提供開始に動いている。

森林環境教育を地域内で有機的につなげるしくみ

自然学校を核とした「教育立村」のイメージ

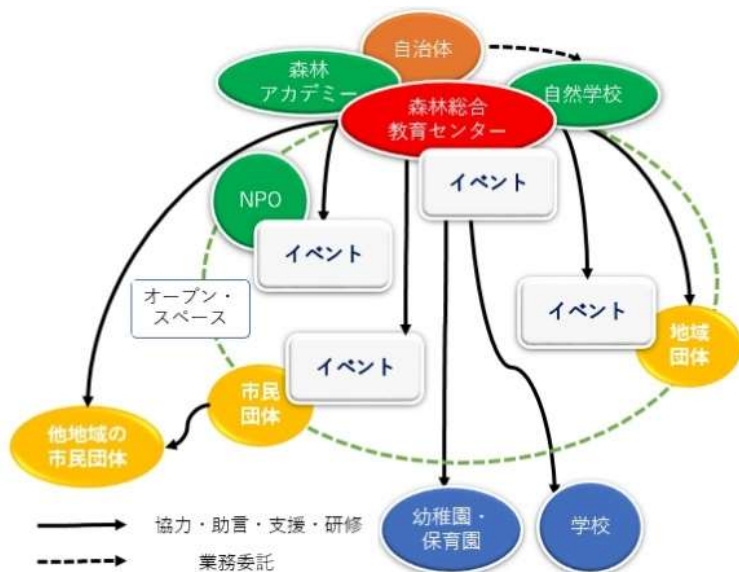
自然学校主導型

自然学校は「場」「プログラム」「指導者」という森林環境教育に必要な3要素を併せ持つ。地域の子どもに森林体験を提供したり、サマーキャンプなどで外部から人を呼び込んだり、学校に対して森林環境教育プログラムを提供したり、学校教員に森林体験活動や救急法に関する講習を行ったり、放課後に森の学童保育的な活動に乗り出したり、自治体の地域振興政策に直接関わるなど、地域でリーダーシップを発揮している自然学校もある。

（実施例）

グリーンウッド自然体験教育センター（長野県泰阜村）

森林環境教育を地域内で有機的につなげるしくみ(つづき)



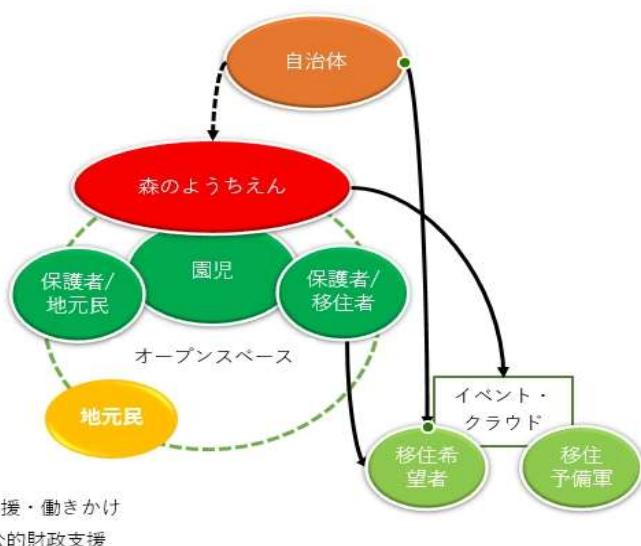
すべての人に森林体験を届ける公的セクターのイメージ

人と人をつなぎ森林体験を届ける
公的セクター主導型

行政機関として民間企業ではカバーできない層や社会的必要性のある層をターゲットとすることを明確に打ち出し、実験的な試みに取り組みながら森林体験のリーチ拡大を進めている森林総合教育センターもある。プログラムや空間を行政や民間事業者が作り込んで一方的に提供するのではなく、市民との協働を通じて作りあげていく、セルフビルド型のコミュニティー。

(実施例)

岐阜県立森林文化アカデミー 森林総合教育センター（岐阜県美濃市）



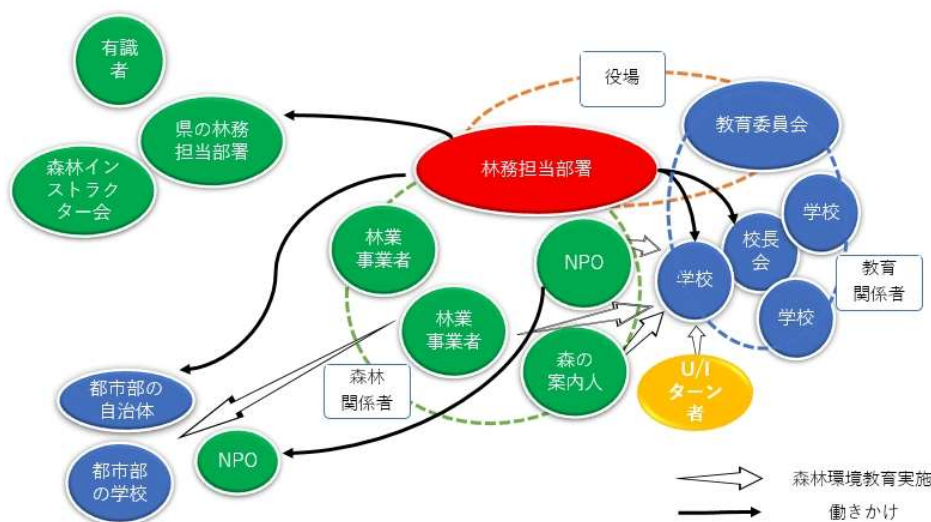
森のようちえんを中心としたコミュニティー振興のイメージ

森のようちえん主導型

森のようちえんの魅力が移住者を引き付け、移住者同士、移住者と地元の方がつながって、新しいコミュニティーを創出している。森のようちえん周辺にコミュニティーが生まれれば、保護者がそこで新しい事業を生みだしたり、子育て支援の機能を強化できる。家族が自己実現できたり、他の家族と交流できたりする場があれば、多くの人を引き付けられる。移住者らの能力を引き出し、新しい文化を生み出す場を作る試みが始まっている。

(実施例)

森のようちえんちいろば（長野県佐久穂町）



地場林産業が主導する森林環境教育振興のイメージ

地場林産業主導型

自治体の林務担当部署や林業関係者が主導して教育委員会に働きかけ、校長会を通じて学校側に計画を持ちかけ森林環境教育を実施。林務担当部署や教育委員会がプログラムの事例集や副教材を準備するなど、学校の負担を軽減するサポートも実施。小さな自治体では、役場の職員が部署を超えて互いに顔を知っており、林務担当部署と教育委員会など部署間の協力関係が築きやすい。

(実施例)

長野県佐久穂町

連携体制を築き、持続させるためのキーポイント

つながる	続ける
1) 相手の目的・立場に立って考え、課題を聞き、対処する。 2) 人と人をつなげる人を育て、人と人がつながる場を作る。 3) 市民参加も含め、柔軟にプログラムを企画・運営する。 4) 政策に積極的に関与する。 5) 民間と行政のマインドの違いを理解する。 6) 行政内の異なる部署の役割を知り、柔軟に連携する。	1) 継続的に関与し続ける人、熱意を持ったアクターを育てる。 2) 行政の異動に効果的に対処する。 3) 森林環境教育提供者がつながって定期的に情報を共有する。 4) 活動資金を継続的に確保する。 5) 特定の人に我慢させない仕組みを作る。 6) 学びを支える人の循環を生み出す。 7) 地域に根差す。

森林体験サービスの顧客拡大

ライト層や別関心層に対するアプローチ、「教育」と他の移住促進策との連動促進、地域の人々の力を活かした森林体験の強化、森林空間活用を促進するインフラや環境の整備などが効果的。

森林体験サービスの持続性確保

事業者の経営改善

- ・ 顧客の裾野を広げつつ、質の高い高単価なプログラムも提供するメリハリのある商品・価格戦略。
- ・ 顧客管理ソフトウェアなどIT技術の導入。
- ・ NPO部門と企業部門の使い分け。
- ・ 自主財源と他財源のバランスの良い確保。
- ・ 自治体や企業などとの連携や協働。
- ・ 学びを軸とした本質的な価値の提供。

人材確保・育成

- ・ 経営や営業経験、ITの専門知識がある質の高い職員の確保。
- ・ 元リピーターのスタッフ登用などを通じたボランティアの確保と研修を通じた育成。

広報強化

- ・ ホームページ、SNS、体験会、直接営業、イベント、チラシなど、ターゲットにあった広報戦略。
- ・ インターネットメディアの積極的な更新・活用。
- ・ プレスリリースの戦略的な発信。
- ・ 森林体験の医学的な効用に関する研究成果、森林環境教育が人材育成に貢献できるという科学的エビデンスの蓄積。

第2部

メディア・企業との協創による「森林xSDGsプログラム」の発信

第1章

2050年の未来予想図ワークショップ

1. 目的

【対象】
中学生
高校生

【未来予想図】とは
SDGsの趣旨を参考に、地域、日本、世界、地球が2050年にどのようなになっているか、その中で、将来の自分たちと森や都市の関係をどうしていきたいか、地域はどうなっ
てほしいかを描く

- 森林と自分たちの暮らしの関わりを「自分ゴト」化
- 森林に対する理解・関心を高める

2. 開催結果概要

生活圏内における森林の有無や、日常的な森林との関わりに留意し、5地域を選定。

	東京都内	福岡県篠栗町	山梨県北杜市	静岡県掛川市	長野県根羽村
開催日	10月29日	11月28日	12月1日	12月5日	12月13日
時間(全体/WS)	120分/120分	1日/150分	100分/100分	1日/150分	1日/120分
参加者	中学生20名	中学生19名	中学生40名	高校生12名	小・中学生14名
森林体験	なし	あり	なし	あり	あり
成果物	模造紙、画用紙に絵や言葉で表現				

【実施方針】

①身近な森林とSDGsへのつながり、自らできるアクションを考える。

地域の森林体験や自らの森林体験の振り返りを行い、自らの30年後をリアルに想像する。

②森林との様々なかかわり方を提示し、視野を広げる

森林サービス産業や最新技術を活用したマテリアル利用など、森林の新たな可能性を紹介。

③フォレストボタン・パス

理想の未来の実現のためのアイデアやアクションを、次にボタンを渡す学生に向けたメッセージとともに発表・撮影。動画は編集し、次回開催校で放映する。

各地のメッセージ動画をユーチューブにアップロードし、一般に公開する。各地の生徒が相互のアイデアを知ること、新たな気づき生まれ、アクションを起こす動機付けにもつながることを狙う。

④継続的実施に向けた体制を考察

教育関係者等にコメントや講評をいただき、学校のカリキュラム内で実施する上での検討事項やハードルを明らかにする。地域主体で実施できるよう、ノウハウを「ワークショップ実施マニュアル」に整理する。

【基本プログラム】

ワークショッププログラム（篠栗町の開催例）

内容(150分)	時間
ワークショップ導入(都内開催校のメッセージ視聴)地域の案内人、ファシリテーター紹介、フォレストボタン・パスの説明	20分
ワーク①森の印象	10分
ワーク②未来の森を想像する	15分
ワーク③未来予想図実現へのアクション	5分
<休憩>	5分
アイデア発表(各グループ3分)	20分
コメント・質疑応答	10分
撮影の説明	5分
ワーク④フォレストボタン・メッセージまとめ	15分
フォレストボタンメッセージ(各グループ1分)撮影	20分
閉会挨拶 / アンケート	15分

【成果の発信】

- メッセージ動画を農林水産省の公式ユーチューブチャンネルで公開。
- 3カ所の開催につき、新聞に掲載された。

森林体験の有無により成果物の傾向に違いが見られた。



3. 成果・評価

①参加生徒による評価

8割以上の参加者が、新たな気づきや学びを得たと回答

気づきや学びの例：

- ・ 身近な自然への関心、課題の発見
- ・ 森を知り、関わっていくことの大切さ
- ・ 森林の新たな可能性
- ・ グループワークや発表方法に関する学び

7割以上の参加者が、“森林についてもっと知りたい、調べてみたいと思った”と回答。

関心内容の例：

- ・ 世界・日本の森林の現状や生態系保全、森林保全活動
- ・ 森林の利活用の現状と新たな取組
- ・ ワークショップで出たアイデアに関連するもの
- ・ フォレストボタンをまわす他の地域の森林環境や取組

➤ 森林体験やワークショップは、多くの参加者にとって、森林との関わりを自分ゴト化するきっかけとなった

②教育関係者（教員、教育委員会、森林組合、観光協会、現地コーディネーター、ガイド、保護者）による評価

【未来予想図ワークショップの効果】
9割以上の大人が、目的達成に効果的と評価

- ・ 森林体験後にワークショップを行うのがよい
- ・ 真に「自分ゴト」になっていくには、時間が必要
- ・ 定期的の実施するとより効果的

【フォレストボタンメッセージ撮影の効果】
8割以上の大人が、目的達成に効果的と評価

- ・ 他校・他地域の取り組み例を知ることができる
- ・ 相手意識を持つことで、モチベーションが沸く
- ・ 身近な地域を相対視でき、関心を高められる
- ・ 他の地域の生徒と結んで意見交換ができるとよい

➤ ワークショップ後に継続的な探求学習やアウトプットが行えるようなフォローアップが重要 ➤ 参加生徒の双方向の交流を通じた関係構築、今後の全国的な広がり期待

4. 提言

①継続的な実施に向けて

開催時間の確保

- ・ 学校は、総合的な学習の時間、教科の時間、課外活動、部活動等の時間を、状況と目的に応じて確保。
- ・ 授業時間内に行う場合、前年度から計画的に時間を確保する。

生徒によるプロジェクトの拡大

- ・ 参加学生のオンラインでの交流の場を設定し、他地域との連携を拡大。
- ・ 次年度のワークショップの開催先の募集や、企画・運営、成果物の整理や動画編集等も生徒主体で行っていくよう、ノウハウを蓄積する。

関係者の協力

- ・ 森林体験の支援や専門知見を有する人材など、地域ぐるみで森林環境教育を行う体制構築が重要。
- ・ 体制を担保する資金の確保を行う。

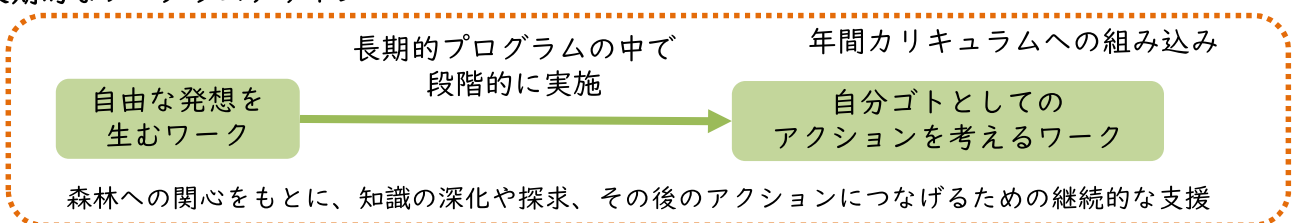
②目的に応じたプログラム構成の検討

森林体験の有無を含めたプログラム構成は、下表のメリット、デメリットを参考に、森林の有する多面的機能からテーマを選択するなど、生徒に身に付けさせたい能力や目的次第で判断する。森林の文化的側面や保健・レクリエーション分野だけでなく、木材利用など産業としての林業に着目することも重要である。

ワークショップと組み合わせて森林体験を行うことによるメリット/デメリットと目的の設定

体験	目的	メリット	デメリット
あり	身近な森林について、 <u>具体的なアクションをとれるようになる。</u> <u>課題解決方法を考えてもらう。</u>	現場感覚に基づき、 <u>具体的な課題や可能性を考察できる。</u>	発想が体験内容に縛られがちになる。
なし	森林の新たな可能性に <u>気づかせ、興味を持ってもらう。</u> 森林に関心を持ち、 <u>足を運ぶきっかけを得てもらう。</u>	現実の問題にとらわれず、 <u>自由な発想ができる。</u>	森林との関わりを「自分ゴト」として捉えにくい。 森林との接点がほとんどない場合、発想は限定されかねない。

③長期的なプログラムデザイン



目的:これまで森林と関わりが少なかった都市住民に対して、今時の価値観・ライフスタイルに合った森林の新たな楽しみ方や過ごし方を提案することにより、都市住民の森林に対する理解・関心を高める。

実施方針:「ライフスタイル(働き方を含む)」を重点テーマとし、2つのターゲットを対象とする。

モニターツアー	ターゲット	想定されるニーズ
「森林×SDGs 親子で楽しむ森の時間『ワデュケーション』体験モニターツアー」	親子（7～9歳の子どもを持つ30～45歳の多忙な子育て世代）	子どもに自然体験をさせたいが、仕事が忙しくなかなか休みが取れない。夏休みに学童に閉じ込めておくのは可哀そうだなあ。
「森林×SDGs ポスト・コロナ時代のNew Standard探求モニターツアー」	30～45歳のビジネスパーソン	これからの働き方やライフスタイル、ビジネスの新たな可能性について、森の中で五感を研ぎ澄ましてじっくり考えてみたい。

- 都市住民を中心に「ゆとり」や「やすらぎ」を求める傾向が強まっており、健康志向、環境意識の高まりと相まって、Uターン、Iターン希望者が増加するなど、新しいライフスタイルを実現する場として森林空間を利用する新たなニーズが顕在化。
- 「日常に取り入れられる森の時間～森と一時的につながりだけでなく、日常生活で森とのつながりを感じる機会をつくる」を共通のコンセプトとし、「地域性」に着目。地域の特徴を活かしたコンテンツや地域の人とつながる機会を創出。

情報発信:「当事者の真実の声」を重視したメディア戦略

- 消費者は信頼できる本物の情報に飢えており、事実、そして当事者の嘘のない発言こそが、最も強力なコンテンツとなる。
- 大手出版社・企業と連携し、WEBメディア、SNS等を通してツアー内容を発信。

第一回「森林×SDGs 親子で楽しむ森の時間『ワデュケーション』体験モニターツアー」

		<table><tr><td>内容</td><td>これまで森林と関わりの少なかった0～8歳の子どもを持つ3組の子育て世代が、森林空間におけるテレワークと休暇（ワーケーション）、森林環境教育プログラム（エデュケーション）を体験する取材企画</td></tr><tr><td>開催時期</td><td>2020年10月30日（金）～2020年10月31日（土）</td></tr><tr><td>実施場所</td><td>山梨県北杜市</td></tr><tr><td>ターゲット</td><td>親子（7～9歳の子どもの持つ30～45歳の多忙な子育て世代）</td></tr><tr><td>参加者</td><td>地方への移住や自然体験に関心のある、都市在住の3組の親子</td></tr><tr><td>協力</td><td>北杜市役所</td></tr><tr><td>連携企業</td><td>白州・尾白の森名水公園「べるが」、白州・山の水農場、アトリエヨクト</td></tr><tr><td>協賛</td><td>サントリー労働組合白州支部、シャトレレーゼ</td></tr></table>	内容	これまで森林と関わりの少なかった0～8歳の子どもを持つ3組の子育て世代が、森林空間におけるテレワークと休暇（ワーケーション）、森林環境教育プログラム（エデュケーション）を体験する取材企画	開催時期	2020年10月30日（金）～2020年10月31日（土）	実施場所	山梨県北杜市	ターゲット	親子（7～9歳の子どもの持つ30～45歳の多忙な子育て世代）	参加者	地方への移住や自然体験に関心のある、都市在住の3組の親子	協力	北杜市役所	連携企業	白州・尾白の森名水公園「べるが」、白州・山の水農場、アトリエヨクト	協賛	サントリー労働組合白州支部、シャトレレーゼ
内容	これまで森林と関わりの少なかった0～8歳の子どもを持つ3組の子育て世代が、森林空間におけるテレワークと休暇（ワーケーション）、森林環境教育プログラム（エデュケーション）を体験する取材企画																	
開催時期	2020年10月30日（金）～2020年10月31日（土）																	
実施場所	山梨県北杜市																	
ターゲット	親子（7～9歳の子どもの持つ30～45歳の多忙な子育て世代）																	
参加者	地方への移住や自然体験に関心のある、都市在住の3組の親子																	
協力	北杜市役所																	
連携企業	白州・尾白の森名水公園「べるが」、白州・山の水農場、アトリエヨクト																	
協賛	サントリー労働組合白州支部、シャトレレーゼ																	
																		

主なプログラム

1日目	・ オリエンテーション(北杜市市長、べるが支配人挨拶ほか) ・ スタンブラリー(施設内散策)、昼食(お弁当) ・ 森林浴体験(小野なぎさ(一般社団法人森と未来)によるガイド) ・ テレワーク(大人)/サクッと工作(子ども) ・ 温泉(尾白の湯)、夕食(サラダボウルキッチン) ・ 座談会(参加者同士の交流、意見交換)
2日目	・ 朝の散歩(川の水に触れる)、朝食(定食屋さんのデリバリー弁当) ・ きこの農家訪問(白州・山の水農場)～収穫体験+昼食作り～ ・ 道の駅白州立ち寄り(地域の特産品を知る、お土産購入) ・ スパイスボトルのワークショップ(アトリエヨクト)、解散

<プログラムのポイント>

- 大人、子ども、親子それぞれの時間を組み合わせた提案。
- 北杜市の地域資源である豊富な水に着目し「森林と水」を全体のテーマとすることで、森林と水、水と暮らしの関係性を通して、森林と自身の生活とのつながりを理解。
- 森林浴、テレワーク、木の工作などの体験から森林空間がもたらす価値を感じる。
- 収穫したきのこ、スパイスボトルを日常生活に持ち帰ることによって森林とのつながりを思い出してもらう。
- 移住経験者との交流、地域の暮らしに触れる体験。

- 情報発信**
- ① PR TIMESによるプレスリリース
 - ② 動画コンテンツによる発信
 - ③ 参加者によるSNS等での発信



<動画コンテンツ>

ツアー体験を幅広く発信する6分程度の動画を作成。YouTubeにアップロードし、フェイスブック広告などで拡散した。

コンテンツの訴求力向上のポイント

- 子どもだけで参加でき、楽しめるプログラムとのセット。
- ネットワーク環境の整備。
- 中長期滞在向けのプラン・環境整備。
- 森のプロフェッショナルによるガイド、コンテンツ形成。
- 親も森での過ごし方を学べるような大人向けのプログラム。
- デュアルスクールの仕組みの活用・体制整備。

第二回「森林×SDGs ポスト・コロナ時代のNEW STANDARD探求モニターツアー」



主なプログラム

1日目	- オープニングセッション(企画趣旨、自己紹介ほか) - 森林セラピー(呼吸法、瞑想、セラピー弁当) - 製材所見学、ディスカッション(東京・森と市庭) - グランピングサイト(Circus Outdoor TOKYO)にチェックイン、夕食 - 焚き火を囲んだ対話セッション(人と森林とのかかわりがテーマ)
2日目	- 朝の散歩(奥多摩湖周辺の散策)、朝食 - コミュニティスペース見学、テレワーク体験(OKUTAMA+) - 昼食(山鳩喫茶) - クロージングセッション(地域の人とディスカッション)、解散

情報発信



森林空間から発信する、ポストコロナ時代における新たな価値とは【PR】

名前	所属
島田由香	ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス株式会社 会社 取締役 人事総務本部長
西村勇哉	NPO法人ミラツク 代表理事
本間貴裕	株式会社SANU創設者/ブランドディレクター
関龍彦	講談社FRaU編集長 兼 プロデューサー
中香織	株式会社ダクソフト企画チーム ダイバーシティ推進マネージャー

- PR TIMESによるプレスリリース
- FRaU(講談社)のウェブ掲載
- 参加者によるSNS等での発信

内容

開催時期

実施場所

ターゲット

参加者

連携企業・団体

企業経営者、働き方改革先進企業の経営幹部、起業家など5名の参加者が、体験や参加者同士の対話を通じて、ポスト・コロナ時代の人と森との関係性、働き方・ライフスタイルを探求し発信する取材企画

2020年11月24日(火)～25日(水)

東京都奥多摩町

30～45歳のビジネスパーソン

ベンチャー企業経営者、働き方改革先進企業の経営幹部、起業家など5名

一般財団法人おくたま地域振興財団、Okutama+、Circus Outdoor、東京・森と市庭

<プログラムのポイント>

- 奥多摩町において森林空間を活用したユニークな活動を展開する企業・団体と連携。
- 森林セラピー、グランピング、テレワークなど、森林の新たな楽しみ方を体験。
- 製材所を見学し、林業の現状や森林空間を活用した取組事例について話を聞き、意見交換。
- 参加者同士による焚き火を囲んだ対話セッション、地域の人を交えたクロージングセッションで、森林の価値、人と森林とのかかわりを探求。

コンテンツの訴求力向上のポイント

- オシャレで設備が整った施設や美味しい食事などをアピール。
- 森林での過ごし方の具体的なイメージが湧くような情報発信。
- 専門家(森林セラピーガイド等)による説明が体験の価値を高める。
- 林業の課題や自身の生活とのつながりを知り、考える機会。
- 参加者同士の対話や地域の人とのディスカッション・交流といった機会を創出。
- 地域の人を知るきっかけを提供し、人とのつながりを生み出す。

提言

1. 子育て世代の森林への関心を高めるために必要なこと

ターゲットを明確にする

- ワーケーションにしても、ターゲットによって準備すべき仕事環境が変わる。クリエイターにとって魅力的な仕事場は様々な工具が揃ったラボのような部屋、ITエンジニアにとって魅力的な仕事場は集中して作業できる静かな書斎のような部屋かもしれない。ターゲットに合わせた検討が必要。
- 親と子どもを呼ぶには子どもの年齢に配慮した対応が必要。

地域の自治体・企業・団体・学校との連携

- 地域の様々なアクターが連携することで、親には魅力的な仕事環境や新たなアイデアが創発されるような機会、地域資源を生かしたアクティビティ・食・癒しを提供し、子どもには地域のお祭りやイベントといった年中行事への参加を通して、多様な学びを提供する。

2. 若手ビジネスパーソンの森林への関心を高めるために必要なこと

ビジネスパーソンにとっての森林空間の価値の整理と普及

- 森林空間の価値を仕事のパフォーマンスの面から評価する。評価すべき点は、仕事のパフォーマンスと特に関連性が高い、集中力、創造性、幸福度の3つが有効と考えられる。
- 企業の森林空間の活用事例(リーダーシップ研修や経営会議など)を業種、職種、活用目的別などに整理し、体験者のレビューと活用場所のウェブサイトリンクを掲載することで、評価の高い行先は評判を高め、集客をすることができる。森林空間を活用した事業者が増えて市場が拡大することで、若手ビジネスパーソンの需要を喚起することができる。

ワーケーション受け入れ態勢の整備

- ワーケーションができる施設・設備の整備は不可欠。一方で、既存の設備にWi-Fi環境を導入しただけでは不十分。オシャレさ、使い勝手、景観の質の向上などで差別化が必要。
- 現地までの移動手段も課題。現地までの移動で仕事ができるスペースを確保できれば、忙しいビジネスパーソンを森林空間まで呼び込むうえで、重要なポイントになる。

3. 「地域性」を活かしたコンテンツ形成

- 森林空間を活用した効果的なコンテンツを形成するには、単に空間を提供すればいいのではなく、地域ならではの魅力(自然環境、文化、人など)を取り入れると満足度の高いコンテンツを作ることができる。特に自然環境はそれぞれの地域を象徴する独自の特徴を有しており、差別化しやすい。
- また地域ならではの魅力を伝えていくうえで最も強力なメディアは人である。地域の人の暮らしに触れる体験をすることで、一方的な発信で押しつけるのではなく、共感呼び、印象に残る体験とすることができる。

別添1

森林空間を活用した教育イノベーション検討委員会概要

● 目的

森林空間を活用した自然保育や学校教育、企業研修等様々な「教育」にかかる現状、ニーズ、課題を調査し、具体的な政策パッケージとして整理を行い、今後の森林環境教育の推進に向けた新たな方向性を検討する。

● 開催:3回

- 第1回(9月4日):事業方針の検討
- 第2回(12月3日):中間報告
- 第3回(2月9日):報告書内容検討

● 事務局

林野庁森林利用課山村振興・緑化推進室

令和2年度つたえる、感じる、つながる、森林×SDGsプロジェクト共同事業体

((株)かいはつマネジメント・コンサルティング、(一社)森と未来)

属性	氏名	所属・役職等(令和2年9月4日現在)
座長	宮林 茂幸	東京農業大学地域環境科学部 地域創成科学科教授 美しい森林づくり全国推進会議 事務局長
委員	天笠 茂	千葉大学特任教授 中央教育審議会副会長
委員	指出 一正	「ソトコト」編集長
委員	島田 由香	ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス株式会社 取締役人事総務本部長
委員	竹内 延彦	長野県池田町教育長 森と自然の育ちと学び自治体ネットワーク副代表
委員	南方 慎治	株式会社ルネサンス 営業企画部トラベルチーム課長
委員	山下 宏文	京都教育大学教授 元 森林ESD研究会座長
委員	吉弘 拓生	内閣官房地域活性化伝道師 総務省地域力創造アドバイザー

別添2

最終報告会概要

- 日時: 2021年3月3日 14:00-17:30
- 開催方法: zoomによるオンライン会議
- プログラム

14:00-14:05	開会	林野庁
14:05-14:30	基調報告	「SDGs時代に対応する森林空間を活用した教育のあり方」 (林野庁)
14:30-15:20	概要報告	「令和2年度 つたえる、感じる、つながる、森林×SDGsプロジェクト」事業概要報告
15:20-16:20	事例報告	①ひとづくり×自然×地域づくり=素敵未来! ～国道も信号コンビニもない“人口1600人の山村”の挑戦～ (長野県泰阜村グリーンウッド自然体験教育センター) ②【森林×公教育】学校と”共に創る”森林環境教育の道筋 (ホールアース自然学校福島校) ③すべての人と森をつなぐmorinosの挑戦 (岐阜県立森林文化アカデミーmorinos)
休憩		
16:30-17:25	パネルディスカッション	「つたえる、感じる、つながる森林環境教育のためにできること」 [進行] ・ 宮林 茂幸(東京農業大学地域環境科学部地域創成科学科教授、美しい森林づくり全国推進会議 事務局長、検討委員会 座長) [登壇者] ・ 天笠 茂(千葉大学特任教授、中央教育審議会副会長、検討委員) ・ 竹内 延彦(長野県池田町教育長、森と自然の育ちと学び自治体ネットワーク副代表、検討委員) ・ 辻 英之(グリーンウッド自然体験教育センター 代表理事) ・ 和田 祐樹(ホールアース自然学校福島校) ・ 萩原ナバ裕作(岐阜県立森林文化アカデミー(morinos)) ・ 安高 志穂(林野庁 森林整備部 森林利用課 山村振興・緑化推進室 室長)
17:25-17:30	閉会	一般社団法人 森と未来 小野なぎさ(総合司会)

報告書詳細版

目次

別添資料リスト	7
図表目次	8
略語一覧	11
第1部 SDGs 時代に対応する 森林空間を活用した教育イノベーション調査.....	12
はじめに.....	13
第1章 調査概要	15
1.1 目的、方法、調査内容.....	15
1.1.1 目的	15
1.1.2 方法	15
1.2 本事業が目指す森林環境教育と森林体験の位置付け.....	16
第2章 森林環境教育の現状と課題.....	19
2.1 幼児教育	20
2.1.1 森のようちえん.....	20
(1) 課題1：森のようちえんの需要と供給	20
(2) 課題2：受け入れ能力の拡大と待機児童対策	21
2.1.2 一般園での体験活動.....	22
2.1.3 移住・育児コミュニティ創出.....	22
2.2 青少年教育.....	23
2.2.1 遊びを通じた森林体験.....	23
2.2.2 学童保育での森林体験.....	24
2.2.3 学校での森林環境教育.....	25
(1) 授業枠の確保.....	25
(2) 学校による外部人材の利用	26
2.2.4 学校外での森林体験.....	27
2.3 社会人教育.....	28
2.3.1 森林を利用した社員研修やリトリート	28

2.4 中間業者利用の現状.....	29
2.4.1 旅行代理店の利用.....	29
2.4.2 ポータルサイトの利用.....	30
2.5 新型コロナウイルス感染症の影響.....	30
第3章 新しい試みと機会.....	33
3.1 森林空間を活用した幼児教育・保育における新しい試み.....	33
3.1.1 森のようちえん以外の事業者の試み.....	33
3.1.2 新しいサービスのフィージビリティー（実現可能性）.....	34
3.2 学校の枠組みの中での森林環境教育における新しい試み.....	34
3.2.1 学校教育の中での森林環境教育の位置付け.....	34
3.2.2 新しい試み.....	36
(1) 教員の負担を軽減する試み.....	36
(2) 教科学習に取り込む工夫.....	36
(3) 総合的な学習の時間を活用する事例.....	38
(4) 小規模特認校やコミュニティースクールでの取組.....	38
(5) 地場産業やキャリア教育との連携.....	38
(6) 自然学校との連携.....	39
3.2.3 森林環境教育外注化のフィージビリティー（実現可能性）.....	40
3.3 学校の枠組みの外での森林体験における新しい試み.....	41
3.3.1 ライト層向けプログラムの提供.....	41
3.3.2 きめ細やかな顧客対応.....	42
3.3.3 「生きる力」を醸成する多様なプログラムの提供.....	42
3.3.4 森の学童保育のポテンシャル.....	44
3.3.5 新規サービスのフィージビリティー（実現可能性）.....	44
(1) 森の学童保育的サービス.....	44
(2) ワークেশンサービス.....	45
3.4 森林空間を活用した社員研修などの新しい試み.....	47
3.4.1 キャンピングオフィス.....	47
3.4.2 森づくり活動などの CSR 活動を兼ねた研修.....	47
3.4.3 経営者層を対象とした個人リトリート.....	48
3.4.4 生き方を見つめなおす個人リトリート.....	48
3.4.5 森林を利用したビジネスマッチング.....	49
第4章 SDGs 時代に対応する森林空間を活用した教育の在り方.....	50

4.1 森林環境教育を地域内で有機的につなげる仕組み	50
4.1.1 自然学校主導型	50
(1) 自然学校を核とした「教育立村」	50
4.1.2 人と人をつなぎ森林体験を届ける公的セクター主導型	53
(1) 公的教育機関の強みを生かした実験的な試み	53
4.1.3 森のようちえん主導型	55
(1) 0歳から100歳をつなぐコミュニティ作り	56
(2) 子育ての喜びをお母さんに取り戻す育児コミュニティの創出	58
4.1.4 地場林産業主導型	60
(1) 地域子どもたちに対する森林環境教育を可能にするつながり	60
(2) 都市部子どもたちに対する森林環境教育を可能にするつながり	62
4.1.5 つながる、続けるためのキーポイント	63
(1) つながるためのキーポイント	63
(2) 続けるためのキーポイント	66
4.2 森林体験サービスの顧客拡大	69
4.2.1 ライト層、別関心層に対するアプローチ	69
(1) ライト層、別関心層を引き付けるための取組	69
(2) 森林体験に負のイメージを抱く顧客の不安を軽減するための対応	70
4.2.2 「教育」と他の移住促進諸策との連動	71
(1) 移住者を引き付ける自然の中での伸びやかな教育	71
(2) 自治体による移住促進施策	71
(3) 移住者と地元住民の関係づくり	72
(4) 移住促進政策を支える人と場	73
(5) 人口減少抑制面でのインパクト	73
(6) コロナ禍が移住に及ぼす影響	74
4.2.3 地域の人々の力を生かした森林体験の強化	74
4.2.4 森林環境譲与税の活用	76
4.2.5 森林空間の活用を促進するインフラや環境の整備	77
4.2.6 ポスト・コロナの森林体験のポテンシャル	77
(1) 森林体験とデジタル技術	78
(2) eラーニングによってもたらされる可能性	78
(3) 社会で求められる人材像と森林環境教育	79
(4) 部活動と森林体験	80
(5) 森のようちえんの卒園後	81
4.3 森林体験サービスの持続性確保	82
4.3.1 経営改善	82
(1) 森のようちえん	82
(2) 自然学校	84

(3)	キャンプ場.....	85
(4)	研修実施事業者.....	86
(5)	求められるコンサルティングサービス.....	86
4.3.2	人材確保・育成.....	87
(1)	質の高い職員の確保.....	88
(2)	ボランティアの確保と育成.....	88
4.3.3	広報・集客.....	89
(1)	インターネットを利用した広報.....	90
(2)	体験会開催や直接営業.....	91
(3)	イベントの開催.....	91
(4)	学校へのチラシ配布.....	91
(5)	プレスリリース.....	92
(6)	企業などとのタイアップ.....	92
(7)	広報と実体験のバランス.....	92
4.4	森林環境教育のさらなる推進に向けてできること.....	93
第2部 メディア・企業との協創による「森林×SDGsプログラム」の発信.....		95
第1章 2050年の未来予想図ワークショップ.....		96
1.1.	背景・目的.....	96
1.2.	実施方針.....	96
1.2.1.	身近な森林とSDGsのつながり、自らのアクションを考える.....	96
1.2.2.	森林との様々な関わり方を提示し、視野を広げる.....	97
1.2.3.	バトンをつなぐ～フォレストバトン・パス.....	97
1.2.4.	継続的实施に向けた体制を考察する.....	97
1.3.	活動内容.....	98
1.3.1.	開催地の選定.....	98
1.3.2.	活動結果概要.....	99
1.3.3.	東京都内での開催.....	100
(1)	受け入れ先・地域の概要.....	100
(2)	対象者・参加者.....	100
(3)	プログラム.....	100
(4)	成果物.....	101
(5)	広報.....	102
1.3.4.	福岡県篠栗町での開催.....	102
(1)	受け入れ先・地域の概要.....	102
(2)	対象者・参加者.....	102

(3)	プログラム.....	103
(4)	成果物	104
1.3.5.	山梨県北杜市での開催.....	105
(1)	受け入れ先・地域の概要.....	105
(2)	対象者・参加者	105
(3)	プログラム.....	105
(4)	成果物	105
1.3.6.	静岡県掛川市での開催.....	106
(1)	受け入れ先・地域の概要.....	106
(2)	対象者・参加者	106
(3)	プログラム.....	107
(4)	成果物	108
(5)	広報	108
1.3.7.	長野県根羽村での開催.....	108
(1)	受け入れ先・地域の概要.....	108
(2)	対象者・参加者	109
(3)	プログラム.....	109
(4)	成果物	110
(5)	広報	111
1.3.8.	フォレストバトン・パス	111
1.4.	成果、評価.....	111
1.4.1.	成果.....	111
(1)	森林体験やワークショップを通して得られた新たな気づきや学び	111
(2)	森林体験やワークショップを通して関心を持ったこと	114
1.4.2.	評価.....	117
(1)	参加生徒からの評価.....	117
(2)	教育関係者からの評価.....	118
1.4.3.	グッドプラクティスと教訓	124
(1)	森林体験の実施.....	124
(2)	ワークショップの実施.....	126
(3)	フォレストバトン・パス実施.....	129
(4)	実施時間の確保.....	129
(5)	実施・協力体制.....	130
1.5.	提言.....	130
1.5.1.	目的に応じたプログラム構成の検討	130
(1)	森林体験の意義.....	130
(2)	目的に応じたプログラム構成.....	131
(3)	長期的なプログラムデザイン	132

1.5.2.	継続的な実施に向けて	133
(1)	開催時間の確保	133
(2)	生徒主導によるプロジェクトの拡大	133
(3)	協力人材の確保	134
第2章	森林の新たな楽しみ方を提案する森林モニターツアー	135
2.1.	背景・目的	135
2.2.	実施方針	135
2.3.	第1回「森林×SDGs 親子で楽しむ森の時間『ワデュケーション』体験モニターツアー」	137
2.3.1.	活動内容（発信を含む）	137
(1)	ツアーの狙い	137
(2)	実施場所及び参加者の選定	137
(3)	プログラム	138
(4)	情報発信	142
2.3.2.	成果、評価	142
(1)	アンケート及びインタビューの結果	143
(2)	コンテンツの訴求力向上のポイント	146
(3)	発信の効果	148
2.4.	第2回「森林×SDGs ポスト・コロナ時代の New Standard 探求モニターツアー」	151
2.4.1.	活動内容（発信を含む）	151
(1)	ツアーの狙い	151
(2)	実施場所及び参加者の選定	151
(3)	プログラム	152
(4)	情報発信	156
2.4.2.	成果、評価	157
(1)	アンケート結果	157
(2)	コンテンツの訴求力向上のポイント	160
(3)	発信の効果	161
2.5.	提言	162
(1)	子育て世代の森林への関心を高めるために必要なこと	162
(2)	若手ビジネスパーソンの森林への関心を高めるために必要なこと	163
(3)	「地域性」を活かしたコンテンツ形成	163
	参考文献	165

別添資料リスト

- 別添 1 インタビュー対象団体一覧
- 別添 2 森林体験の科学的教育効果
- 別添 3 インデプスインタビューで聞き取りを行った質問内容
- 別添 4 都内ワークショップ 事前課題・クイズ
- 別添 5 2050 年の未来予想図ワークショップ成果物集
- 別添 6 メディア掲載記事
- 別添 7 篠栗町ワークショップ ワークシート
- 別添 8 根羽村ワークショップ ワークシート
- 別添 9 アンケート結果【学生】
- 別添 10 アンケート結果【教職員・関係者】
- 別添 11 2050 年の未来予想図ワークショップ～フォレストボタン・パス～実施マニュアル
- 別添 12 モニターツアーアンケート・インタビュー結果
- 別添 13 親子向けツアーのプレスリリース
- 別添 14 親子向けツアーの参加者募集要項
- 別添 15 親子向けツアーの配布資料一式
- 別添 16 ビジネスパーソン向けツアーのプレスリリース
- 別添 17 ビジネスパーソン向けツアーの配布資料一式
- 別添 18 ビジネスパーソン向けツアーの FRaU 掲載記事（前編）
- 別添 19 ビジネスパーソン向けツアーの FRaU 掲載記事（後編）

図表目次

図 1.4.1	自然学校を核とした教育立村のイメージ	53
図 1.4.2	森林総合センターのミッション	54
図 1.4.3	すべての人に森林体験を届ける公的セクターのイメージ	55
図 1.4.4	森のようちえんを中心としたコミュニティー作りのイメージ	58
図 1.4.5	地場林産業が主導する森林環境教育振興のイメージ	62
図 2.1.1	フォレストバトン・パスの概念図	98
図 2.1.2	ワークショップ開催地の所属する都道府県の森林率	99
図 2.1.3	学芸大附属中 GREEN TECH Engineer LAB のアイデア例	101
図 2.1.4	学芸大附属中 GREEN TECH Engineer LAB の成果物の一例	102
図 2.1.5	篠栗町での森林体験の様子	103
図 2.1.6	篠栗北中学校の成果物の一例	104
図 2.1.7	甲陵中学校でのワークショップの様子と成果物の一例	106
図 2.1.8	掛川市での森林体験の様子	107
図 2.1.9	掛川西高等学校のワークショップ成果物の一例	108
図 2.1.10	長野県根羽村における森林体験の様子	110
図 2.1.11	根羽村でのワークショップの成果物の一例	111
図 2.1.12	“もっと知りたい、調べてみたい”と思ったことの有無（数字は実数）	115
図 2.1.13	未来予想図グループワーク・発表の取り組みやすさ（数字は実数）	117
図 2.1.14	フォレストバトンメッセージ撮影の取り組みやすさ（数字は実数）	118
図 2.1.15	“生徒が森林と自分の関わりに対する理解と関心を高める”上での 2050 年の未来予想図作成 グループワークの効果（n=18）北杜、掛川、根羽、篠栗の合計	119
図 2.1.16	未来予想図作成グループワークの内容評価（n=19）北杜、掛川、根羽、篠栗の合計	119
図 2.1.17	“生徒が森林と自分の関わりに対する理解と関心を高める”上での フォレストバトン・パス メッセージ撮影の効果（n=18）北杜、掛川、根羽、篠栗の合計	120
図 2.1.18	フォレストバトン・パス メッセージ撮影の内容評価（n=17）北杜、掛川、根羽、篠栗の合 計	120
図 2.1.19	森林体験や森林学習を通し身に付くことを期待する力（n=18）	122
図 2.1.20	森林体験や森林に関する学習の実施形態として妥当と考えられるもの（複数選択）（n=18）	122
図 2.1.21	総合的な学習の時間を利用した森林体験・ワークショップの実施可能性（n=10）	123
図 2.1.22	森林体験の満足度（数字は実数）	124
図 2.1.23	掛川の地域関係者の描いた未来予想図	134
図 2.2.1	親子向けツアー参加者の集合写真	138
図 2.2.2	親子向けツアーの様子	140
図 2.2.3	寝転んで空を見上げる	140
図 2.2.4	大人と子どもがそれぞれ別のプログラムに参加	141
図 2.2.5	動画コンテンツのサムネイル画像	142
図 2.2.6	アンケート及びインタビューによる効果測定	143
図 2.2.7	親子向けツアーの各コンテンツに対する評価	144

図 2.2.8	親子向けツアーのコンテンツの訴求力向上のポイント	147
図 2.2.9	親子向けツアープレスリリースの PV 数と UU 数	148
図 2.2.10	閲覧媒体別の PV 数と UU 数	149
図 2.2.11	リーチ数（年齢別、男女比）	150
図 2.2.12	リーチ数（地域別、上位 13 都道府県）	150
図 2.2.13	参加者のフェイスブック発信の例	150
図 2.2.14	ビジネスパーソン向けツアーの様子	154
図 2.2.15	FRaU のウェブ記事	157
図 2.2.16	ビジネスパーソン向けツアーの各コンテンツに対する評価	158
図 2.2.17	ビジネスパーソン向けツアーのコンテンツの訴求力向上のポイント	160
図 2.2.18	ビジネスパーソン向けツアープレスリリースの PV 数と UU 数	161
表 1.1.1	団体カテゴリー別インタビュー団体数	16
表 1.1.2	子どもの発達段階における重視すべき課題	17
表 1.2.1	森林空間を活用した各種教育サービス	19
表 1.3.1	公教育の枠組とつながった様々な森林環境教育のかたち	35
表 1.3.2	「学習指導要領」における森林に関連して扱うことができる事項の小学校での取扱	37
表 2.1.1	開催地の「生活圏内における森林の有無」と「日常的な森林との関わりの有無」	99
表 2.1.2	ワークショップの開催概要	99
表 2.1.3	学芸大附属中 GREEN TECH Engineer LAB でのワークショッププログラム	101
表 2.1.4	篠栗町でのワークショッププログラム	104
表 2.1.5	北杜市でのワークショッププログラム	105
表 2.1.6	掛川市でのワークショッププログラム	108
表 2.1.7	根羽村でのワークショッププログラム	110
表 2.1.8	ワークショップを通して得られた新たな気づきや学び【身近な自然への関心】	112
表 2.1.9	ワークショップを通して得られた新たな気づきや学び【森林の新たな可能性】	113
表 2.1.10	ワークショップを通して得られた新たな気づきや学び【グループワークや発表方法】	114
表 2.1.11	“もっと知りたい、調べてみたい”と思った内容	115
表 2.1.12	森林体験、ワークショップ、フォレストバトン・パス全体に関するコメント	121
表 2.1.13	森林体験実施地域における現地協力者と担当事項	125
表 2.1.14	ワークショップの位置付け	129
表 2.1.15	ワークショップ受け入れ先協力者の担当事項	130
表 2.1.16	森林体験の有無とワークショップ成果物の特徴・傾向	131
表 2.1.17	ワークショップと組み合わせて森林体験を行うことによるメリット／デメリットと目的の 設定	132
表 2.1.18	ワークショップ実施の時間枠	133
表 2.2.1	ターゲットと想定されるニーズ	136
表 2.2.2	親子向けツアーの概要	137
表 2.2.3	親子向けツアー参加者の基本情報	138
表 2.2.4	親子向けツアーのプログラム	139

表 2.2.5	親子向けツアーのアンケート及びインタビューの結果要約	144
表 2.2.6	ツアーの各テーマに対する参加者の評価	145
表 2.2.7	ビジネスパーソン向けツアーの概要	151
表 2.2.8	ビジネスパーソン向けツアーの参加者情報（敬称略、順不同）	152
表 2.2.9	ビジネスパーソン向けツアーのプログラム	153
表 2.2.10	たき火を囲んだ対話セッションでの参加者のコメント（一例）	155
表 2.2.11	クロージングセッションでの各グループの発表内容（一例）	156
表 2.2.12	ビジネスパーソン向けツアーのアンケート結果要約	158

略語一覧

略語	日本語
CSR	企業の社会的責任
ESD	持続可能な開発のための教育
ICT	情報通信技術
IoT	モノのインターネット
NPO	民間非営利団体
PFI	民間資金等活用事業
PTA	保護者と教職員による社会教育関係団体
SDGs	持続可能な開発目標
SEO	検索エンジン最適化
SNS	インターネット上で社会的ネットワークを構築可能にするサービス
Wi-Fi	認証を受けた無線 LAN

第 1 部 SDGs 時代に対応する 森林空間を活用した教育イノベーション調査

はじめに

企業や学校において、持続可能な開発目標（SDGs）に対する関心が高まる中で、森林環境教育の推進が持続可能な未来につながることを広く訴求するチャンスが広がっている。

2020年から全面実施された新たな学習指導要領では、その総則に「体験活動の充実」が盛り込まれ、主体的・対話的で深い学び（アクティブラーニング）の導入、地域資源を活用した教科横断的な学習、地域と学校の連携・協働の促進が掲げられている。2018年から導入された新たな幼稚園教育要領・保育所保育指針などにおいても「環境を通した教育・保育」が基本とされ、発達段階にある幼児期に体験学習を行うことが重視されている¹。近年では青少年教育にとどまらず、森林を企業研修の場や新しい働き方を可能にする場として、また自分の生き方を見つめなおす場として提供する事業者も増えている。

森林環境教育は、文部科学省が「生きる力」の醸成に必要だとして重視する「主体的で対話的で深い学び」「教科横断的で地域資源を活用した学び」「学校と地域が連携・協働した社会に開かれた学び」²の機会をすべて提供できる可能性を秘めている。森林は、自然・経済・社会と密接に関わっており、また多様性を有していることから、森林を題材にした教育を行うことで、これらの学びを効率的に実施できたり、多様な課題解決を図ることができる人材が育ったりするということを広く一般にアピールしていくことがこれまでになく求められている。

本調査は、林野庁が実施した「令和2年度つたえる、感じる、つながる、森林×SDGsプロジェクト事業」の一環として、SDGs時代³に対応する森林空間を活用した教育イノベーションの可能性を探ることを目的に実施した。本報告書では森林空間を活用した幼児教育や学校教育、企業研修など様々な「教育」に関わる現状やニーズ、課題について整理するとともに、具体的な政策パッケージとして提案し、今後の森林環境教育の推進に向けた新たな方向性について検討する。

これまで森林空間は森林を愛するヘビーユーザーを中心に利用されてきた。森林が身近にある地方都市においてさえ、日常的に森に行く地域住民は限られている。しかし新型コロナウイルス感染症の感染拡大で、人々の働き方や生き方が変わり、森林環境教育サービス市場が一気に拡大する可能性が出てきている。実際にテレワークを行ってみて、その可能性や効率性に気が付始めた企業や労働者も見られる。

テレワークが拡大し、働く場所の選択肢が広がったことで、都市住民をはじめこれまで森林で時間を過ごすことに無関心だった人々が、森林空間でワーケーションを楽しんだり、森林の近くに移住したりする動きが出てきている。総務省の住民基本台帳人口移動報告によると、コロナ禍が深刻化した2020年5月には、外国人を含む人口移動の集計を開始した2013年以降、初めて東京の人口が転出超過となった。6月にいったん転入超過となったものの7月から11月まで5カ月

¹ 文部科学省（2017）：幼稚園教育要領、平成29年3月、p.14～15

² 中央教育審議会（2016）：幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善及び必要な方策等について、平成28年12月21日

³ 「SDGs」（持続可能な開発目標〔英語: Sustainable Development Goals〕）とは国連が掲げる2030年までに持続可能でより良い世界を目指す国際社会共通の目標であり、貧困や飢餓、気候変動など17の目標と169のターゲット（達成基準）からなる。先進国も含めたあらゆる国と地域の目標達成をうたっており、国連が全世界に求めた新しい「グローバル基準」である。例えば「目標17 パートナリーシップで目標を達成しよう」では、ありとあらゆる人たちが結束してSDGsに取り組むことを求めており、「SDGs時代」においては、この17の目標を「人ごと」とせず「自分ごと」とし、みんなで協力して達成していく新しい生き方・暮らし方が求められている。

連続で転出超過となっている。東京は長らく地方から人を引き寄せ、人口が増加し続けていた。コロナ禍による生活スタイルの変化が東京から地方への移住を加速させているとみられている⁴。これまで森林空間は、都市住民にとってたまに非日常を楽しむための空間であった。今後はUターン、Iターンして新しいライフスタイルを実現する場や、より日常的に訪れる空間に変化していくと考えられる。

森林空間には、人々が求める癒やしやワークライフバランス、自然を活用した教育環境などを一度に提供できる潜在力がある。教育サービスは、子を持つ保護者の重大関心事であり、お金を払ってでも子どもに生きる力を養う自然体験をさせたい保護者はいる⁵。ポスト・コロナの新たな日常に対応することで、森林環境教育サービスをより多くの人々に届けられる土壌が着実に広がっている。

また、森林環境教育を通じて新たに人々が森林空間に関わることで、地域に雇用と収入が生み出されるだけでなく、森林の多面的機能への理解が深まり、森林空間の持続的な活用などの SDGs の実現につながることを期待されている。

⁴ <https://www.nippon.com/ja/japan-data/h00881/>、<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO65617750Z21C20A0L83000>

⁵ 例えば子どもを 30 泊 31 日の長期サマーキャンプに参加させたある保護者はこう語っている「私も夫も、いい学校に入って大企業に就職する人生よりも、子どもには自分で生きる力を身に付けてほしかった。中学受験が当たり前の時代ですが、塾の夏期講習に何十万円も使うなら絶対このキャンプだと、息子の意向に大賛成でした」<https://news.goo.ne.jp/article/postseven/trend/postseven-755932.html>

第1章 調査概要

1.1 目的、方法、調査内容

1.1.1 目的

SDGs 時代に対応する森林空間を活用した教育イノベーションの可能性を探ることを目的に実施した。本報告書では森林空間を活用した幼児教育や学校教育、企業研修など様々な「教育」に関わる現状やニーズ、課題について整理するとともに、具体的な政策パッケージとして提案し、今後の森林環境教育の推進に向けた新たな方向性について検討する。

1.1.2 方法

調査は、インタビューを情報収集の中核とし、アンケート、文献調査を補完的に組み合わせて実施した。

インタビューでは、先進的な森林体験サービスや森林環境教育サービスを提供している事業者やそのほかの関係者から先進事例を収集するとともに、意見聴取を目的として、事業者・関係者に対して各 1～2 時間程度の遠隔インデプスインタビュー⁶をオンライン方式で実施した（インデプスインタビューで聞き取りを行った質問の概要については別添 3 を参照）。

インタビューの対象となった事業者・関係者は計 30 人である（インタビュー対象団体の一覧は、別添 1 を参照）。対象としたのは、森のようちえんや森の学童保育、学校教員、オルターナティブスクール⁷、自然学校、青少年教育施設、民間非営利団体（NPO）、スポーツクラブ、研修実施業者、自治体職員、林業関係者、教育委員会、旅行代理店、ポータルサイトと多岐にわたる。インタビュー対象者は、本事業の検討委員による推薦のほか、インターネット上や文献での優良事例の収集や先進的事業者によるほかの先進的事業者の推薦（スノーボーリング）を通じて選定した。国公立の青少年教育施設や自然学校（青少年教育施設などの指定管理者や受託運営者としての活動を含む）、森林環境教育などを行う NPO、森林高等教育機関などが幼児から青少年、さらには成人までを対象とした幅広いサービスを提供しているため、青少年教育施設などに対するインタビュー数が結果的に多くなった（表 1.1.1）。

インタビューでは、事業内容や市場ニーズ、イノベーティブなサービスのポイント、経営強化や人材育成、効果的な森林環境教育を実現する上での課題、様々なアクターとの連携状況などについて、各アクターが置かれた状況を考慮した上で個別に質問を設定した。

事業者に対するインタビューによって得られた顧客や市場に関する情報を検証するため、事業者の仲介のもと、森のようちえん利用保護者や学校教員、研修利用企業に対するアンケートも補完的に実施した。コロナ禍で通常の営業活動ができない非常時であったことから調査協力をいただくことが難しく、アンケートの回収数は限定的となったが、サービス事業者に対する聞き取り結果を裏付ける情報が得られた。

また既存情報を把握し有用事例を収集したり、森林環境教育の有用性について既存のエビデン

⁶ 対象者と調査者が一対一で対話する、定性調査の代表的なインタビュー手法。表層的な情報収集ではなく、対象者の活動の実態やその裏側にある理由・動機・願望・不満・価値観を深く、詳細に掘り下げて聴取できる。

⁷ 日本ではオルターナティブスクールの明確な定義はまだない。ここでは学校教育法第一条に定められている「一条校」やフリースクールとは別の「もう一つの学校」と定義する。オルターナティブスクールは、指導要領・運営体制などが法によって規定されている公教育とは違う方針や理念で運営されており、個人が尊重され、子どもの自主性を重視した教育が行われることが多い。

スを把握したりするために、文献を収集、確認した。

表 1.1.1 団体カテゴリー別インタビュー団体数

団体カテゴリー	インタビュー対象団体
森のようちえん	3
森の学童保育	1
青少年教育施設など	8
サマーキャンプ実施事業者	3
研修実施事業者	3
先進的地方自治体	2
地域のステークホルダー	3
旅行代理店	1
ポータルサイト	2
学校教員	3
先進的教育機関	1
合計	30

(出所) 共同事業体

本調査は先進的な取組を行う事業者や関係者から意見を聴取し、まとめたものである。現場経験に裏打ちされた先進的事業者の意見には学ぶべき点が多いが、必ずしもそれが平均的、一般的な意見であるとは限らない。インタビューで得られた情報には、実践から得られた事業者・関係者個人の意見や価値観も反映されている。モノの見方や価値判断は各アクターが置かれた立場によっても変わり、捉え方も様々である。本報告書では立場の異なるアクターの見解も並列的に紹介しながら議論を進める。

1.2 本事業が目指す森林環境教育と森林体験の位置付け

林野庁では、「森林環境教育」を「森林内での様々な体験活動を通じて、森と人々との生活や環境との関係について理解と関係を深めること」と定義しており、その中には「森林体験」も「森林を介した環境教育」も含まれる。本報告書では森林環境教育の最終的なゴールを「多様な課題解決を図ることができる人材が育つ」とし、それを目指して「森林体験」や「森林を介した環境教育」を含む「森林環境教育」を推進することを広く一般に提案する。

子どもの学びの質は成長とともに変化する。文部科学省は、子どもの発達段階ごとに重視すべき徳育上の課題を表 1.1.2 のように整理している。こうした諸課題は「生きる力」の醸成とも密接に関わっている。森林の持つ多様な課題に体験を通じて触れ、森林に対する関心を深めていくような森林環境教育を、こうした諸課題に対応するかたちで発達段階に応じて継続的に提供していけば、「生きる力」が養われ、多様な課題解決を図ることができる人材が育つことが期待できる。

表 1.1.2 子どもの発達段階における重視すべき課題

発達段階	乳幼児期	学童期		青年期	
		小学校低学年	小学校高学年	中学校	高等学校
重視すべき課題	○愛着の形成 ○人に対する基本的信頼感の獲得 ○基本的な生活習慣の形成 ○十分な自己の発揮と他者の受容による自己肯定感の獲得 ○道徳性や社会性の芽生えとなる遊びなどを通じた子ども同士の体験活動の充実	○「人として、行っていること」についての知識と感性の涵養や、集団や社会のルールを守る態度など、善悪の判断や規範意識の基礎の形成 ○自然や美しいものに感動する心などの育成（情操の涵養）	○抽象的な思考の次元への適応や他者の視点に対する理解 ○自己肯定感の育成 ○自他の尊重の意識や他者への思いやりなどの涵養 ○集団における役割の自覚や主体的な責任意識の育成 ○体験活動の実施など実社会への興味・関心を持つきっかけづくり	○人間としての生き方を踏まえ、自らの個性や適性を探求する経験を通して、自己を見つめ、自らの課題と正面から向き合い、自己の在り方を思考 ○社会の一員として他者と協力し、自立した生活を営む力の育成 ○法やきまりの意義の理解や公德心の自覚	○人間としての在り方生き方を踏まえ、自らの個性・適性を伸ばしつつ、生き方について考え、主体的な選択と進路の決定 ○他者の善意や支えへの感謝の気持ちとそれにこたえること ○社会の一員としての自覚を持った行動

（出典）子どもの徳育に関する懇談会「子どもの徳育の充実に向けた在り方について（報告）」（平成 21 年 9 月、文部科学省）

一般に人々は、楽しんだり、リフレッシュしたりするために森林に足を運ぶことから、本報告書では「森林体験」を「森林環境教育」の重要な入り口として位置付ける。これまで森林に関心を払ってこなかった層に対しても入り口を拡大し、森林に足を運んで楽しんでもらうために、多種多様な新しい森林体験サービスが多様なチャンネルを通じて提供されている。中でもレジャーとして販売されている「森林体験商品」には、「森林環境教育」を体系的に実施することを主眼としていないものも多い。森林環境教育を参加者からそれなりの対価を取って提供することはまだハードルが高いのが現状である。森林体験が非常に楽しいものであれば、人ごとではない「自分ゴト」としての森林に対する意識や思いを育む。自然の中で「遊ぶ」ことで自然に対する感情的な結び付きが培われ、環境を保護しようという意識や行動につながるものが 50 以上の学術研究によって示されている（クオ他：2019）。オットーとペンシーニ（2017）⁸は、子どもに自然保護のための行動を起こさせる最も大きな要因はその子どもが自然に対して抱いている感情的な結び付きであり、教室で自然保護の啓発を受けたかどうかはそれほど大きな要因ではないと言う。エバンス他（2018）も、子どものころ屋外で過ごした時間と青年期になって環境を守ろうとする行動には正の相関があることを示している。フレメリーとボグナー（2014）⁹によれば、人は環境に関する知識を学んだから環境を守ろうとするようになるというよりも、むしろ自然に対する感情的な結びつきがあるから環境に関する知識を得ようとすると言っている。入り口で「教育」を強調するよりも間口を広げ、子どもたちの「体験」を積み上げていくことの方が重要だというのが多くの事業者の共通認識でもある。森林体験の不足が深刻な今、子どもたちが森林に直接触れて感じる 1 次体験の重要性はむしろ強まっている。

もちろん森林をただ「体験すればよい」わけではなく、あくまでも子どもの意識を森林に向けて開かせる入り口であって、ゴールはその先にある。本報告書では森林体験を森林保全・育成に対する理解や意識変容、行動につなげていくためになされている取組や仕組みについても深く議論する。少年自然の家などの青少年教育機関では、「生きる力」の醸成にプログラムの主眼を置いているところもある。林間学校や教育旅行など森林空間で行われる教育の場において、「生きる力」の醸成を意識したプログラムの提供を働き掛けていくことも重要である。バランスの取れ

⁸ クオ他（2019）による引用。

⁹ クオ他（2019）による引用。

たプログラムでは、森林の機能や地域社会と森林の関わりについて学んだり、森林保全や育成のために自ら何ができるか考え行動したりすることによって、文部科学省が学習指導要領に掲げる「生きる力」を醸成することができるよう、プログラムの目的が双方向の視点から整理されている。そうしたプログラム改善のポイントについても 3.2 を中心に紹介する。

本調査では森林体験の教育効果に関する文献も収集し、レビューを行った（森林体験の教育効果等についての科学的な根拠については別添 2 を参照のこと）。

第2章 森林環境教育の現状と課題

森林空間を活用した教育サービスは、幼児を対象とした森林を利用した保育、小中高等学校生など青少年を対象とした学校内外での森林体験や森林環境教育、社会人を対象とした森林での研修活動実施など多岐にわたり、その普及の度合いはまちまちである（表 1.2.1）。継続的に森林に触れることが望ましいという観点から、短期・単発になりがちであったサービスを長期・継続型にしていく試みが進んでいるが、この点については3章で詳しく説明する。本項では幼児教育・学童保育、青少年教育、社会人教育と対象世代別にサービス提供の現状を整理する。また中間業者利用状況や、新型コロナウイルス感染症が現時点で及ぼしている影響についても論述する。

表 1.2.1 森林空間を活用した各種教育サービス

対象者	短期、単発、訪問型体験		長期、継続、定住型体験	
	サービス内容	実施期間	サービス内容	実施期間
幼児	各種団体、企業が企画する森のようちえんイベント	数時間～1日程度。	森のようちえん	通年。週4～5日の保育。
小学生	各種団体、企業が企画する森の学童保育イベント	半日から1日程度。	各種団体、企業が企画する森の学童保育でコース型のもの	数時間～1日、週1～月1回程度。
	学校での森林体験イベント（校外学習や林間学校など）	1、2時間～半日程度。林間学校は1～2泊。	学校での森林体験（森林での教科学習や総合的な時間を利用した森林体験・学習など複数回にわたるもの）	1、2時間～1日程度を数回～。
	学校以外の組織が企画する森林体験イベント	1時間～半日程度。	学校以外の組織が企画する複数回にわたる森林体験	1時間～1日程度を数回から。定期開催も。
	各種団体、企業が企画するサマーキャンプ	1～2泊程度。最大30泊まで。	山村留学	転校前提で1年間。
中高生	学校での森林体験（登山・林間学校・教育旅行など）	1～2日程度。教育旅行は2～3泊（うちの半日から1日程度）。	学校での森林体験（森林での教科学習や総合的な時間を利用した森林体験・学習など複数回にわたるもの）	1、2時間～1日程度を数回から。
	学校以外の組織が企画する森林体験イベント	1時間～半日程度。不定期開催が多い。	学校以外の組織が企画する複数回にわたる森林体験	1時間～1日程度を数回から。定期開催も。
成人向け	森林での社員研修・CSR活動	1～数泊程度。		
	森林でのエクゼクティブリトリート	1～数泊程度。		
	森林でのキャンピングオフィス	数時間～数泊程度。	森林でのサテライトオフィス	常設型。

学校を中心とした各種組織が実施
 学校以外の組織が実施

（出所）共同事業体

2.1 幼児教育

2.1.1 森のようちえん

森のようちえんの強みは、幼児が数時間～1 日程度の体験ではなく継続的に森林で遊ぶことを通じて、心と体に1 次体験を丸ごと取り込むことができることである。多様な森の中で自然を感じ、仲間と伸び伸びと遊び、時に衝突することで、相手の意見を受け取る力と、相手とは異なる自分を相手に届けるコミュニケーション能力が養われる。健全な自尊心が養われ、自分はどうありたいのかをしっかりと見つめられるようになる。「自然と対話をする力」「仲間と対話ができる力」「自分と対話する力」が各自のペースで自然に養われていく。森では、発達障害などコミュニケーション能力に少し問題があるような子どもでもおおらかに過ごせ、周りもそれをおおらかに受け止められる。

森のようちえんではただ野山で自由に遊ぶだけではなく、季節の山の恵みを採取・調理していただく、枝や葉っぱなどを利用してアート作品を作るなど様々な活動が行われる。林業者と交流し、かなな削り体験をさせてもらい、かななカスで子どもたちが遊ぶといった園もある¹⁰。

2014 年に実施された森のようちえん全国実態調査(森のようちえん全国ネットワーク連盟:2015)によると、幼児教育・保育を自然豊かな森林環境で実施する「森のようちえん」は少なくとも 179 施設、42 都道府県で実施されている。こうした施設は年間 180 日以上稼働している常設型(39%)と年間 2 カ月以下の稼働にとどまる不定期・イベント型(60%)に傾向が分かれる。鳥取県や長野県、広島県は独自の認証制度を持ち積極的な行政支援を行い、2018 年 4 月にはこれら 3 県が発起人となって「森と自然の育ちと学び自治体ネットワーク」が立ち上げられた。近年では三重県や岐阜県、滋賀県などでもそれに続くという動きが見られる。自然豊かな環境で子どもを伸び伸び育てたいという子育て世代のニーズは強く、森のようちえんは多くの移住者を引き付け、利用者の満足度も高いことが今回の調査でも確認できた。その一方で、以下のような課題も確認できた。

(1) 課題 1: 森のようちえんの需要と供給

森のようちえんは少しずつ一般に認知され人気が高まっているが、一般的に経営が厳しく事業の拡大が難しいことから、供給が追い付いていない。前記の森のようちえん全国実態調査においては、森のようちえんに在籍する子どもの正確な総数は報告されていないが、同調査で報告されている施設規模(子どもの数)ごとの施設数から、全国で 3,600 人程度(2014 年時点)と推定される¹¹。一方、2018 年(平成 30 年度)の学校基本調査(文部科学省)と社会福祉施設等調査(厚生労働省)によると、一般的に森のようちえんの対象世代である 3 歳から 5 歳の子どもの総数は 2,564,522 人¹²であることから、森のようちえんに通っている子どもの数は全体の 0.2%に満たないと考えられる。身近に森のようちえんがない地域が多く、保護者が送迎して車で片道 30 分から 1

¹⁰ 長野県伊那市内の保育園。

¹¹ 同調査では在籍児童数が 51 人以上の園が 24、41～50 人の園が 7、31～40 人の園が 12、21～30 人の園が 27、16～20 人の園が 19、11～15 人の園が 23、6～10 人の園が 34、1～5 人の園が 15 と報告されている。在籍児童数が 51 人以上の園に関しては 51 と園の数、その他の階層については各層の中央値と園の数の積を足すと、森のようちえんに通う総児童数は 3,592 人(2014 年時点)と概算される。

¹² 同調査によれば平成 30 年度の全国の幼稚園数は 10,474 施設。総園児数(3～5 歳)は 1,207,884 人。全国の保育所(幼保連携型認定こども園、保育所型認定こども園及び保育所)の総数は 27,951 施設。総入所者数は 2,535,964 人。うち 3～5 歳児は 1,356,638 人。森のようちえんは施設数においても幼児教育・保育施設の総数の 0.5%程度である。

時間という広域から児童が通ってくるのが一般的である。総定員が 20～30 人の園が一般的だが、入園待機リストが 10 組以上となることも珍しくない。数は少ないが都市部にある森のようちえんでは、定員が 10～20 人のところ、説明会に 100 家族集まったりするような状況である。一方、過疎地域にある園では、受け入れ人数に余裕があるところもある。代替は普通の幼稚園や保育園であるが、事業者によると、保護者が子育て移住してくる場合、従来の地域にある幼稚園や保育園にはあまり興味を示さないという。日本では子育てにこだわりを持つ移住者がつながって森のようちえんが民営園を中心に広がってきたという経緯がある。公営園も長野県などで少しずつできているが、まだ数は少ない。

古くから森のようちえんが発展してきた地域では、森のようちえんが車で 30 分圏内に 6 園あるといった地域もあるがまだ例外的である。そうした地域では各園が差別化をしてセールスポイントを明確に打ち出さないと保護者に選ばれないという。

イベント型の森のようちえん的プログラムの参加者も所によってはキャンセル待ちが出るくらい増えてきている。一方、都市部で森のようちえん的なプログラムをやったが、広報の不足もあって人が集まらなかったという自然学校もあった。従来、小学生以上が対象であった森林でのサマーキャンプなどの参加者の低年齢化が進み、4 歳からキャンプに受け入れている事業者もあり、非常にニーズが高まっているとの声も聞かれた。

森のようちえんの供給が需要に追いつかない最大の要因はその経営の厳しさにある。保育士人材が不足する中、魅力的な待遇で保育士を呼び込むことができる園は少ない。子どもを森で安全に遊ばせるためには、手厚く人を配置しなければならないが、経費の 9 割程度は人件費という園もあり、経営を圧迫している。長野県のやまほいく制度など、人件費の 4 分の 1 程度の公的補助が受けられる状況であっても、民営園の経営は厳しい。園児 1 人当たり月 6 万～7 万円ぐらいの月謝を取らないと、なかなか人材を育てられるまでには至らないと言われる中、保護者の価格感受性は高い。本調査で実施したアンケートでも月額 3 万円程度が払える上限という意見が多かった。コストを保育料に転嫁したくても、なかなかそうできないのが実情である。

(2) 課題 2：受け入れ能力の拡大と待機児童対策

上記のような理由から、受け入れ能力を拡大しようにも容易ではない。どの園も少しずつ定員を増やしているが質とのバランスを考えると、一定数で頭打ちになる。園児の保護者を入れると 3 倍の人数を相手にしており、無理に規模を拡大しても保護者を含めての育児面での関わりが薄くなってしまうという園もある。自分の園を大きくしなくても、全国で講演し同じ志を持った仲間をサポートすることで、姉妹園を全国に増やしているという意識を持つ事業者もいる。

園を増やすことによって働いている母親が子どもを預ける受け皿を増やすことは待機児童対策だが、働く母親を増やすのではなくて、母親が子育てを楽しめるようにして自分の手で子どもを育てる母親を育てるのも必要な待機児童対策だという考え方から、保護者同士が子育てを互いに学んでつながることを意図し、定期的な森への引率同行などのボランティア貢献を必須としている園もある。育児を園に任せて働きたいという保護者が多い中で、あえて延長保育など共働き世帯に対する対応を行わず、手間のかかる園としての特色を出して集客を図っているところもある（森のわらべ多治見園＜岐阜県多治見市＞、4.1.2 (2) 参照）。

2.1.2 一般園での体験活動

森のようちえんではない一般の幼稚園・保育園でも、様々な自然体験活動が可能である。森のようちえんの絶対数が少ない中、一般園での体験活動の導入も重要である。わざわざ大自然に行かなくても玄関の一步外に出れば森のようちえん的な育児はできるとの声が、複数の事業者から聞かれた。多様な森の中に入っていくと子育てが楽になるということが母親にとって重要なのであり、別に本格的な森林を必要としているわけではないという事業者もいる。長野県の普及型やまほいく園は市街地の中にあるものもある。普及型園でも保育用の特定の森を想定し、河岸段丘などにある小さな森で遊んでいるところが多いが、近所にお散歩に行くか森に行くかといった感覚の違いしかない。そうした園を利用しているのはほとんどが地元の人で、移住者は少ない。

一般園での体験活動の強化は、園の近くに子どもが自然と触れ合える場所を確保できるかどうかが鍵になる。近くに安心して遊べるフィールドがないと毎日森で遊ぶのが当たり前というふうにはなかなかならない。また地域の人が幼児の体験活動について理解し、地域を盛り上げてくれる存在として園を温かく見守ってくれるような関係を築くことが必要になる。子どもだから騒ぐのは当たり前であっても、それを好意的に受け止めてくれる大人ばかりではない。

子どもを自然の中で自由に遊ばせることには一定のリスクを伴うが、保育士の中には、保護者からクレームが来ないよう気を使うあまり、子どもにとって何が大事かという本質から価値基準がずれてきてしまっている人もいるという声も聞かれた。保護者からクレームを受けた場合に、園側が保護者に状況説明や釈明をせず謝ってしまうといったようなことが起こっており、保育士の負担は大きくなってしまっているのではないかと。また、園の行事が子どもの育ちや幸せに必要なものというより保護者に見せるためのイベントになってしまっていることがあるとの指摘もあった。

コロナ禍で小規模保育園など園庭がないところでの自然体験が全くできなくなっているとの報告もあった。バスを借りれば近場でも非常にコストの高いお出掛けになってしまうため、交通費補助だけでも行政に出してもらえたらとの声も聞かれた。

2.1.3 移住・育児コミュニティ創出

子育てや教育のためにより良い環境を求めて積極的に動く子育て世代が増えている。森のようちえんだけでなく、自由教育を打ち出す新しいかたちの小学校もたくさんの移住希望者を引き付けている。保育の相談だけでなく、移住したいという相談を受けるといふ森のようちえん事業者も複数いた。

事業者に対する聞き取りでも、移住について「都会より親密なコミュニケーションができる」、「今まで絶対に語り合ったことがなかったような人とたくさん出会える」など、森のようちえんの利用者が積極的に評価している様子がうかがえた。今回、森のようちえんを実際に利用している保護者に対して実施したアンケート調査でも、移住者計 13 人中 10 人から移住したことに満足しているとの回答があり、移住したことについて否定的な回答はなかった。森のようちえんが支持されている背景には、核家族化やつながりの希薄化、ワンオペ¹³育児によって乳幼児を抱える多くの保護者、特に母親が孤立している状況があると考えられる。自分の子育てで本当によいのだ

¹³ ワン・オペレーションを略した俗語。配偶者などのサポートが得られず独りで育児をするという意味。

ろうかという不安を抱えている母親が、感覚的に森の中に入ることの心地よさやそこでの子育ての楽しさを実感し、そうした母親同士がつながり、保護者自身が育つ場ともなり得る森のようちえんの潜在需要は大きいのではないかという声が事業者から寄せられた。一度つながりを作ることができれば、子どもが卒園した後もそのつながりは一生続く。森のようちえんの利用者に対して行ったアンケートでも、「価値観を共有できるママ友ができる」など、保護者同士がつながる場として園が重視されており、利用者の満足度も非常に高いことが確認できた。

園児減少で廃園寸前という公営園の保護者が園の存続のために団結し、県の「やまほいく」推進の新方針に沿って園を「やまほいく化」したことによって移住者を呼び込み、結果、園児数が大幅に増えて園の存続を果たした例もあった¹⁴。当初、園の存続のために立ち上げられた会が、今では新規移住者を支援するための住民組織としても機能している。

森のようちえんの利用者にはもちろん地元の人もいる。移住者と地元の人との関係はおおむね良好で、新しいコミュニティーが生まれているが、関係構築には10年単位の時間がかかる。地方では新しい色を出していくこと自体に地域の人々が抵抗感を示したりもするし、変化に対して抵抗感のある保護者もいる。インタビュー調査において、コミュニティー作りの拠点として森のようちえんを運営したいという事業者は、腰を据えて何年も時間をかけて取り組んで初めて、その継続的努力を土地の人に評価してもらうことができ、徐々に地域の信頼も協力も得られるようになると語っていた。

2.2 青少年教育

2.2.1 遊びを通じた森林体験

今の子どもには日常的に森林に触れる機会が少ない。沢の水をくんで火をおこして、食事をするようなキャンプに連れていっても、子どもがたき火の前で話していることはゲームの攻略法だったということが事業者より報告されている。森の中に行っても、虫に刺されてつらいだけだったとか、暑いだけだったとか楽しくない印象が強かったりする。日常的な外遊びや森林体験を通じて土台をつくっていけば、非日常的に森林に連れていくことによって、より高い教育効果が生まれるのではないか。幼児期から段階を踏んで、仲間と森林に触れていると、森林で仲間と自由に遊べる子どもに育つのではないか。「自然との関わり方」や「仲間との関わり方」を知っていれば、「自然の教育力」も「仲間の教育力」も発揮されるだろう。

都市部でも公園はたくさんあるが利用する上での規制が多く、自由に遊ぶことは難しい。子どもが使うことの優先順位を上げ、ここは子どもが優先して遊ぶ場所だと法的に打ち出すことが必要だという声も上がっている¹⁵。

山の中の村でも、子どもたちが野山を駆け回っているとは限らない。過疎の村では子ども自体が少なくなっており、近所に友達がいないので家の中でゲームをしているといった状況も聞かれる。

北海道上川管内の小学校4年生から中学生に対して行われたアンケートによると、80%以上の森林率の市町村でも、過去1年に森に全く行かなかった子が41%、年に1、2回しか森に行かない子が43%といった状況だった¹⁶。森が当たり前のようにそばにあっても、車移動が多いこともあ

¹⁴ 伊那市立高遠第2・第3保育園。

¹⁵ 森の学童保育事業者に対するインタビュー。

¹⁶ <https://morinoseikatsu.org/news/newsinformation/1431/>

って逆に素通りしてしまう。都市公園のように安全に遊べる森が整備されているとも限らず、保護者も森を訪れようという意識が薄い。森林体験をさせたいが、保護者が自分で世話できないので、近年では地方からもサマーキャンプに参加する子どもが出てきている。事業者へのインタビューでは「都会の人の方が森に価値を感じているのかもしれない」「都会の子どもの方がよほど外で遊んでいる」との声も聞かれた。

一方、地方の子どもは3世代世帯に住んでいることも多く、祖父や祖母、近くのお年寄りと交流して農林業体験の手ほどきを受ける機会にも比較的恵まれている。学校¹⁷でそうした交流に積極的に取り組んでいる事例も報告されている。

2.2.2 学童保育での森林体験

森の学童保育はまだ黎明期であり、週5日通年で行われているものは本調査でも1件（横浜市）しか確認できなかった。この事業者は森のようちえんも運営しており、森の学童保育の顧客の多くは森のようちえんからの持ち上がりで、顧客の2割は遠方から通っている状況である。自然学校や青少年教育施設などがイベント型の森の学童保育サービスの提供を始めている。週1回～月1回のペースで継続的に実施されるプログラムもあり、徐々に人気が出てきている。学校向け宿泊プログラムが優先の施設だと、そうしたサービスの実施頻度は低くなる。森のようちえんを利用する移住者の間でも、卒園後に森の学童保育を求めるニーズは高い。

イベント型のプログラムを含めてまだ数が少ないこともあり、森の学童保育というサービス自体がまだ広く認知されていない。森の学童保育は新しい価値観であり、継続的にやって初めて地域社会に認められるものだとし事業者は意識している。森のようちえんとは異なり、民間学童保育への公的補助はほとんどない状況であり、常設型森の学童保育自体の運営は厳しい。女性の就労が増えている中で、保育園の増加とともに学童保育も当然必要だが、学童保育全般に対する補助金は乳幼児の保育と比べて極端に少ない。

公設の学童保育は「小1の壁¹⁸」への対応で数の拡大が重視され、質はほとんど議論されていない。保護者が仕事を続けられるよう、夕方学校が終わってからの時間帯に子どもを預かってほしいというのが主目的で、学童保育の指導員の専門性は問われず、宿題をさせるなど詰込み型の活動になる傾向がある。一般に学童保育では森林との関わりを含めて体験活動の充実というところまでは至っていないが、文部科学省が推し進める地域学校協働活動の一環として、地域住民が既存の学童保育と連携して子どもに様々な体験活動を提供する事例も少しずつ出てきている（白山市立白嶺小学校＜石川県白山市＞、4.2.3を参照）。

都市部の既存の学童保育は学校内で完結していることが多い。密な状況で定員オーバーであることも多く、質の低下が問題になっていると指摘する事業者もいる。校内施設の利用制限など禁止事項があり、校庭に遊具がない学校もあるが、何かあったときに責任を取れないという理由で子どもをなかなか校外に出せないという声も聞く。安価であるが故に成り立っている状況とも言える。地域の児童館も職員がいない地区センター化したところも多く、施設利用だけとなり、子どもに向き合える職員が少なくなっているとのコメントも事業者よりあった。

¹⁷ 岩手県西和賀町立沢内小学校、湯田小学校。

¹⁸ 子どもが小学校に上がると放課後に預けられるところがなくなり、働く保護者が仕事を続けられなくなること。

2.2.3 学校での森林環境教育

学校で行われている森林環境教育で最も一般的なものは林間学校であると考えられ、利用すべき青少年教育施設を自治体が指定している場合もある。各学校が例年実施してきた内容を踏襲する傾向があるとの指摘がインタビューした教員から寄せられた。そうした場合、教員側がプログラムを組んで実施するのが一般的だが、内容は確立されたものなのでさほど実施に手間はかからず、教員への負担は限定的であるとのことだった。「緑の少年団」制度¹⁹がある自治体では、学年単位で総合的な学習の時間枠などを用いて森林環境教育を実施している。また小中学校で登山を実施している自治体もある。農林高等学校ではカリキュラムの中に森林体験が組み込まれているケースも見られる。

(1) 授業枠の確保

森林体験の枠が教育課程上なかなか取れないこともあり、修学旅行などの教育旅行に森林体験プログラムを組み込む例も見られる。一方で、コロナ禍による休校等で日程が逼迫^{ひっぼく}する中、体験学習の実施そのものが見直され、森林体験の枠が減少する傾向もうかがえる。

森林環境教育が実施されるかどうかは、その学校の総合的な方針や校長の考え方に左右される。林業が地域の基幹産業であったり、教育委員会で森林環境教育を推進するという方針が出たりすれば実施しやすい。実際に林業が基幹産業である自治体などを中心に、総合的な学習の時間を用いた森林環境教育の実施事例が見られる。

学校教員に課題を聞くと、新規に森林環境教育を開始しづらい理由が浮かび上がってくる。プログラミングや英語、キャリア教育など新しい「〇〇教育」が数多くある中で、森林環境教育は埋もれがちである。多忙な業務の合間を縫って、講師とのやりとりや、授業案の組み立て、校長や教育委員会からの承認の取り付け、予算の確保など煩雑なプロセスを一つ一つクリアしていく必要がある。教科的な親和性を考慮すると、総合的な学習の時間や学活の時間で取り扱うことが多い傾向にあるが、課外活動も飽和しており、そこが増えること自体を負担だと感じる教員も多いと聞く。「総合的な学習の時間」で取り扱うテーマは各学校が地域や学校、児童の実態などに応じて決めるものとされており、森林環境教育は選択肢の一つではあるが、義務化された方が選択しやすいという教員もいる。10年前の方が環境教育やESDという言葉が前面に出ていて、やる気のある先生も多かったとのコメントもあった。

実施に当たっては教員本人が積極的に森林環境教育の実施に動くことがどうしても必要になる。担任の裁量で行うことができる規模であれば動きやすいため、学級単位で動ける小学校では、クラス単位で森林環境教育を実施する事例が比較的多く見られる。中学校以上ではより学年単位で動く傾向があり、まず同学年の教員の間で合意形成を図る必要があるという。一から新しいことを提案するよりも、今までやってきた活動の森林環境教育的な部分を強調したり、様々な教科と介在させたりする方が実現性が高いのではないかと。それぞれの教員が自分の得意分野に取り組む傾向があるので、森林環境教育だけを提案するのではなく、様々な「〇〇教育」の要素を結び付けた多面的な活動としてプログラムを企画し、他教員の支持を取り付ける必要があるだろう。

¹⁹ 緑の少年団は、林野庁所管の公益社団法人 国土緑化推進機構が国土緑化運動を推進する事業の一つ。子どもたちが、緑と親しみ、緑を愛し、緑を守り育てる活動を通じて、ふるさとを愛し、そして人を愛する心豊かな人間に育っていくことを目的とする団体であり、森林での学習活動や奉仕活動、レクリエーション活動を実施している。

本事業の一環として、未来を担う中高校生が、森林と自分たちの暮らしの関わりを「自分ゴト」化して森林に対する理解・関心を高めることを目的に、「2050年の未来予想図」を作成するワークショップを全国5カ所で実施した（詳細については、本報告書の「第2部 メディア・企業との協創による『森林×SDGsプログラム』の発信」の「第1章 2050年の未来予想図ワークショップ」を参照）。この試行を通じて、学校現場では授業時間に余裕があるわけではなく、既存のカリキュラムとの兼ね合いもあるため、ワークショップを行う時間を確保するためには工夫が必要だとの提言がなされている。総合的な学習の時間で実施する以外にも、教科学習の一環として、課外活動として、また部活動として森林環境教育を提供することが可能である。それぞれの枠組みのメリットや特徴に留意して、実施方法を選択することが必要となろう。

ガイドが森について教える従来型のものではなく、子どもたちが主体的に関わることができる森林環境教育プログラムの需要が、私立中学校を中心に伸びている。効率的に知識を頭の中に入れていくことは、インターネットを介した遠隔授業でも可能である。対面授業の価値を打ち出すことが、生徒の獲得に直結するということがコロナ禍で明確になったことも、この動きを加速させている。また高等学校の魅力化の一環として、地域の教育委員会から故郷のことを学ぼうという動きが生まれ、わが町の森林という文脈で森林環境教育が実施されるケースも見られる²⁰。私立校の特進コースやクラブ活動の強豪校に子どもが流れ、公立高等学校の需要が下がってきている地域では、街の特色である農業や林業を高等学校のカリキュラムに入れて生徒を引き付けようという動きも見られる。

（2）学校による外部人材の利用

体験授業では生徒たちより教員の方に戸惑いが強く、子どもとの関わり方に悩むと指摘する事業者もいる。生徒に課題を発見させ考えさせるスタイルの教育を自分自身受けてこなかった教員が、研修もなしにそれに取り組むというのは酷だというコメントもあった。多様な課題を含む森林環境教育には様々な大人たちが関わる必要があり、そういった意味でも地域住民が森林環境教育に参画することが望ましい。地域住民が学校と連携して森林環境教育を提供している事例については、4.2.3で述べる。

学校での専門人材不足は、そこで提供される森林環境教育の内容にも影響する。例えば、学校での自然体験として登山が選ばれることが多いのは人手がかからないからだと指摘する教員もいた。森林で課題解決型の体験授業をする場合、現地で生徒を小グループに分ける必要があり、専門性を持った指導者が多数必要になると考えられる。そうすると学校の教員だけでは人数が不足することとなる。指導者への謝金の予算化も課題となる。

外部人材が講師をした場合でも単位に認定される制度²¹があるが、現場がそれを使いこなせていない状況があると聞く。地域の教育委員会や学校長、教員が新しい制度をよく理解してうまく使いこなしてくれるとよいというコメントもあった。

学校向けの森林環境教育の講師を、木工家などの若いIターン者に依頼している自治体もある

²⁰ 岡山県立矢掛高等学校。 <http://www.yakage.okayama-c.ed.jp/wordpress/?cat=77>

²¹ 教育サポーター制度では、市町村教育委員会等が登録前研修の修了者を教育サポーターとして「認証、登録」する。教育サポーターは総合的な学習の時間の講師として森林環境学習に携わることも可能である（文部科学省：2008）。

22. 行政職員や学校教員とは違う視点で、子どもたちと友達感覚で触れ合ったり、夢のある話をしてもらえたりする。「役場職員や専門の講師が来ますよ」と言うと子どもたちも構えてしまうが、こうした若い人の話を聞く子どもたちの表情は明らかに違うという。

スキルを持った森林環境教育のコーディネーターを各地で育てることも課題となっている。学校は平日に活動するので、普通の会社員などに活躍してもらうのは難しい。また森林環境教育だけで食べていけるわけではないので、育成といっても難しい側面もある。社会教育に携わる人や、公民館で何か役割を持っている人、自分で事業を行っている若い人をコーディネーターとして育て、そうした人に間に入ってもらいながら地域のボランティアを活用するモデルを築こうと活動を進めている事業者もいる。

一般的に森林内での教科学習の実施はまだ限定的であり、学校が里山に隣接しているかなどの条件によって大きく左右されるが、そうした教科学習や、子どもたちに考えさせる課題解決型のプログラムなど各所で様々な試みが始まっている。現場教員の負担を取り除き、ほぼ日程調整ぐらいの負担で森林環境教育が実施できるよう、福島県では校長会や教育委員会も巻き込んだ県レベルでの改革が進行中である。こうした試みについては 3.2 で述べる。

2.2.4 学校外での森林体験

NPO がより森林環境教育色の強い課外活動を子どもたちに提供している例も見られるが、より一般的な形態は森に親しむことや野外活動をすることを主眼とした森林体験である。子どもの教育でのお金もうけはいけないという考えが教員や NPO などの間で根強く存在しており、東日本大震災以降、営利目的でない自然学校などが廃業しているケースもあるという。保護者がボランティア参加をしなくなってきたことで、ボーイスカウトや自治会のキャンプなどボランティア運営型のキャンプが衰退傾向にあり、安全優先で何かあったときに責任の取れる団体・会社が選ばれるようになってきているという見方もある。自然学校が、従来保護者ボランティアが実施してきたキャンプを丸ごと引き受けるサービスを提供し、需要が伸びている。

森林体験がボランティア提供型から購買型へ変遷してきている。国立青少年教育振興機構の平成 28 年度調査によると、世帯年収によって子どもが自然体験活動を行う機会や内容に相違が生じており、世帯年収が上昇するにつれて、家族や友達などと一緒に自然体験活動への参加割合は上昇していた²³。自然学校のほか、スポーツクラブやサッカースクール、学習塾などがサマーキャンプを企画しているが、子どもが受験準備などで多忙になるためメインターゲットは小学 4、5 年生までであり、対象者の低年齢化が進んでいる。競合は学校休み期間中の活動として重複する短期集中型の習い事やサッカースクール、塾の夏期講習、プログラミングや英会話の教室などであるとインタビューを実施した事業者は見ている。

ラフティングや乗馬、英語でキャンプなど付加価値の高いアクティビティか、極端な「そのままの自然」がうけていると分析する事業者もいる。ただ森で遊ぶというのではなく目的があるプログラムの方が集客力があり、飯ごう炊さんやオリエンテーリングなど従来型のプログラムには

²² 岩手県西和賀町。

²³ 国立青少年教育振興機構（2019b）によると、世帯年収が増えると子どもの自然体験が増加する。学校外での教育費が全くない場合には「PTA・自治体・町内会などの地域の団体」、月 1 万円未満では「子ども会やスポーツ少年団」、月 1 万円以上では「スポーツクラブや学習塾」と、子どもの参加する団体も異なる傾向があり、世帯年収によって子どもが自然体験活動を行う機会や内容に相違が生じていることが示唆されている。

子どもたちが興味を示さなくなっているという。また 1 人で参加する子どもがだんだん少なくなっており、友達との同伴希望が増えている。教育効果を考慮して同伴希望を受け付けない事業者も多いが、そうすると参加者が減ってしまう。日数が長いほどキャンププログラムの教育効果は高くなり、数週間以上のキャンプでは劇的な教育効果が見込めるが、子どもが忙しくて参加しづらいため長期キャンプは漸減傾向にある。しかし保護者の評価は高くリピーターが多いため、根強いファンに支えられて存続しているかたちである。

ボランティアやスタッフの質を確保し、感染症・アレルギー・熱中症・ゲリラ豪雨・危険動物など新たな課題への対応も行いつつ、体験の付加価値と質を上げる努力が必要となっていることもあり、必然的に価格も上昇傾向にある。経済的に裕福な階層に対して、質の高いプログラムを高単価で販売していくかたちを取らないと事業が回らなくなっている傾向が業界全体に見られるという。

中高生をメインターゲットにした民間の森林体験マーケットはほとんど存在しない。中学になれば部活に入り、勉強も忙しくなるので顧客ではなくなると考えられる。8割が森か山という環境の地方でも、子どもたちは皆部活で忙しく山に行く姿はあまり見られないという。中学生になっても森に行きたいというキャンプの元利用者に、一般参加者としてではなくボランティアとしてキャンプに参加してもらってつながり続けようという動きも見られる。

2.3 社会人教育

2.3.1 森林を利用した社員研修やリトリート

激動し先の読めないビジネス環境の中、新しい働き方を模索する企業が増えており、森林を利用した研修やリトリート²⁴に対する評価は高まってきている。テントでの会議など以前は世の中には受け入れられにくく、イノベーターが顧客の中心だったという状況も、コロナ禍の影響で大きく変化した。テレワークが増え、企業自体が変わっていかないといけないという認知が広まり、オフィスというものの在り方を再考する企業が増え、森で研修をしたり仕事をしたりするという選択肢が受け入れられる土台ができてきた。

森林を利用して提供されるプログラムは、新入社員研修や入社 3 年目研修などチームビルディングなどに重きを置くゲーム型のものから、社員による植林などの CSR 活動を兼ねたもの、経営陣を対象に自分自身と事業の原点・根幹を見つめなおすリトリート、通常のオフィス環境から離れて新鮮な環境で会議したり働いたりすることでインスピレーションを得るキャンピングオフィスまで内容は多様化している。またユーザー視点の商品開発手法や自律型成長人材の育成など自社のビジネスノウハウを森林での研修で提供している事業者もあれば、宿泊を伴わないオフサイト・ミーティング・プランなどライトなプログラムも用意して顧客の多様なニーズに対応している事業者もある。

一部の地方自治体²⁵でも森林での社員研修の誘致に乗り出している。企業向け研修サービスの市場は年間 5,080 億円（2016 年）²⁶とされているが、森林での研修活動に特化した本格的な調査

²⁴ リトリートとは「隠れ家」や「避難所」という意味の言葉だが、ビジネスの文脈では「普段の生活圏から離れて自分と向き合うこと、心身をリセットしてビジネスの在り方を見つめなおす合宿」というような意味で使われる。

²⁵ 鳥取県、北海道、東京都奥多摩町、長野県信濃町など。

²⁶ 矢野経済研究所プレスリリース 2017 年 7 月 27 日 https://release.nikkei.co.jp/attach_file/0452465_01.pdf

はまだ行われていない。

森では自己受容、自己開示、他者理解が進み、結果としてチームビルディングにつながるという。またビジネスの原点をじっくり見つめ返せる、新鮮なアイデアが得られるという点が利用者に高く評価されている。事業者が持つ森の知識や地域とのつながりを評価されたり、企業として地域貢献をアピールできる点が評価されたりすることもある。利用者からの評価は高く、需要は拡大傾向にあるが、事業者側の供給体制はまだ十分とは言えない。

アウトドアとは全く関わりのなかったシステム会社が、働き方改革や「人間性の回復」というビジョンのもとキャンピングオフィス事業に乗り出したり、事業として採算性があり社会的にも意味があるサービスだとして自然学校が新たに企業研修分野に乗り出したりするなど、参入事業者は増えてはいるものの、サービスが一般の研修市場で広く認知されるのはこれからという状況である。このようなサービスを展開する事業者には、一般の社員研修を競合として意識するというよりも、自分自身の深い気づきを求めたり、心身の深いリラクセスを求めたりして行う活動が競合という姿勢が見られる。一般的な研修サービス・マッチング・ポータルでも、「森での研修」でサービスが検索できるような状況にはまだなっていない。事業者側からも、競合が増えて森での研修という選択肢が認知され、マーケットとして確立されることを期待する声が聞かれた。自分に合った自然への回帰の仕方は何かということこれから人々は考えるようになるし、マーケットが成熟していけば各社のサービスの特色によってすみ分けも起きてくるとのコメントもあった。

2.4 中間業者利用の現状

2.4.1 旅行代理店の利用

森林体験商品は定員が決まっており、大量に売りさばく必要がある性質の商品ではないことから、サマーキャンプを提供している自然学校やスポーツクラブも自社集客で事足りていることが多い。旅行代理店を利用すると手数料が高いこともあり、むしろそうした事業者が旅行業資格を取って、企画からバスの手配まで全部自社でパッケージ化しそれを強みとする時代になってきている。旅行業登録をして全国旅行業協会の正会員になると、協会のサービスの一環としてクレジットカード決済ができるようになるなど、そのメリットは大きい。

案件ごとに商品を作り、大量販売できないサマーキャンプや企業研修は、数を売って利益を上げたい旅行代理店から見て魅力が薄いという。また、旅行代理店は、主催者としてすべての責任を負うことになる。初めて参加する不特定多数の子どもを預かるリスクは通常の旅行商品と比べて大きく、旅行代理店が子ども商品を展開しづらい主因になっているという。また子どもだけのツアーは契約者（保護者）と参加者（子ども）が別であり、かつ子どもが顧客であることから大人と異なる配慮が必要になる。旅行代理店が切符とホテルのチケットを手配し、顧客が各自旅行するタイプの商品が多い中、子ども商品は、旅行代理店にしてみれば手間がかかる商品でもある。

企業研修実施事業者の場合、1回の参加人数が比較的少ないこともあり、旅行業資格を持っていなくても、企業側の担当者に切符手配などを要請し、現地集合というかたちも取れる。事業規模が大きい場合、旅行代理店を必要としないのが一般的である。しかしインバウンド向けの販売力がある旅行代理店との協調や異なるコンテンツを提供している研修会社との連携に将来性を見いだしている事業者もある。比較的大手の事業者では、旅行代理店と組んですでに3~4割を間接販売しているケースもあった。大手の旅行代理店は全国に営業所を持ち、元々顧客として社員

旅行などを実施している企業と接点がある。社員旅行の代わりに森での社員キャンプなどの研修を兼ねた商品を提案することができるため、そうした顧客にアプローチできるメリットは大きい。

学校での林間学校の実施は一般に前年踏襲型であり、自治体により特定の施設の利用が指定されている場合もあるため、旅行代理店を使うニーズは限定的である。近年では修学旅行などの教育旅行の一部に自然体験を入れることも行われており、そうした商品では旅行代理店による手配が実施されている。学校向けプログラムはすべて旅行代理店を通じて販売しているという旅行業資格を持たない自然学校もあった。旅行代理店は自然学校を入れたプランを作って学校に営業してくれ、新たな学校から問い合わせがあればつないでくれる重要なパートナーである。教育旅行は1件当たりの売り上げが大きいので、旅行代理店にもメリットがある。学校の教育旅行に自然体験プログラムを入れて、SDGsに対応していることをアピールすると学校側が受け入れてくれる時勢になっており、旅行代理店からSDGsや教育指導要領とも絡めてプログラムを提案することが当たり前になってきているという。特に私立校ではこうした動きが早い。

2.4.2 ポータルサイトの利用

ポータルサイトは森林体験という区分で商品を扱っていないのが一般的であり、掲載しても顧客の反応が薄く手数料も高い傾向にある。サマーキャンプ実施業者や自然学校の多くは、自社集客で事足りており、そうしたポータルサイトを利用するメリットはないとの意見だった。ポータルサイト側にとっても大量に販売することが難しい森林体験商品の魅力は限定的である。定員上限が決まっている商品よりも、ほぼ無制限に売れるレジャー施設商品の販売を強化しているとコメントするポータルサイトもあった。

森林体験商品を提供する事業者側が、キャンプリーダーなど「個人」の魅力でリピーターを獲得しようとする一方で、ポータルサイト業界はそれを「ひと依存」としてマイナスに捉える場合もあるなど、相いれない部分も見受けられる。

キャンプサイトなど多売が必要な商品では、ポータルサイトとの親和性が高い。中でもキャンプ場予約サイト「なっぷ」の評判は高い。それまで電話と大学ノートでやっていた予約管理業務が簡略化された、24時間予約を受け付けられるので販売機会を失わずに済む、キャンセルが出て自動的に再販ができる、サイト内のキャンプ場利用ランキングで上位につければブランディングにも役立って広告代わりになり顧客が絶えなくなった、など高い評価が聞かれた。

2.5 新型コロナウイルス感染症の影響

森林環境教育に携わるありとあらゆる事業者や関係者が新型コロナウイルス感染症の影響を受けている。2020年4月、5月の緊急事態宣言期間中はほぼすべての事業が止まったと言っても過言ではない。特に大きな影響を受けているのが旅行代理店業界であり、取扱人員が2019年の10分の1になったとのコメントもあった。GoToキャンペーンが実施されても現場感覚では報道で言われているほど旅行総需要は戻っていない。身近な森を散策するなどライトな企画が好まれているが商品にはしづらく、泊まりではないので利潤も低い。

森林体験を提供する事業者も大きな影響を受けている。2020年4月に236団体を対象に実施された「新型コロナウイルス感染拡大に関する自然学校等への影響調査」（日本環境教育フォーラム：2020）では、調査時点ですでに半数近くの事業者が100万円以上の売上減少に見舞われており、6割超の団体が法人経営に影響が出ていると回答している。多くの自然学校などが団体存続の

危機に直面していることが明らかになっている。子どもを対象としたサマーキャンプなどは、購買者（保護者）と参加者（子ども）が別であることなどから、心理的なブレーキがかかる。顧客もコロナ禍で経済的に厳しくなっており、影響は後を引きそうだ。受け入れ先は山間部ということもあり、高齢者の住民が多い地方に感染リスクを広げてしまう危惧から、キャンプの全面中止に追い込まれた事業者もある。密を避け感染リスクを下げるためには参加人数を減らし、バスの定員を3分の1に減らすなどの対応を迫られるため、必然的に価格も上げざるを得ない。旅行業資格を持っていても、バスを使わない現地集合・現地解散でキャンプを実施している事業者もある。多数の参加者に安価なサービスを提供するというやり方が難しくなり、限られた少数の顧客から比較的高額な対価をとる方向に軸足を移そうという事業者は増えている。顧客が密を避けるために森林体験を選んでも、結局人が集まれば密になる。家族単位で高単価の個人向けプログラムを増やすなどして対応すれば、指導者はその家族分必要になるが、きめ細やかなケアで顧客満足度を高めることができる。受け入れ組数が全体的に減少している状況下なら、人員も厚めに配置しやすい。

学校などの団体を中心に受け入れている青少年教育施設では、当初予約が入っていた林間学校のほとんどがキャンセルや延期になるなどの影響に見舞われた。施設側でも宿泊部屋の定員を半分にしたり、団体同士が食堂でも完全に入れ替わって重ならないようにしたりするなどの対策をしているが、団体がメインなので限界もある。受け入れ人数を減らし過ぎると学校の定員に満たなくなり、利用してもらえなくなるというジレンマを抱えている。

学校ではコロナ禍で体験学習や運動会などの団体課外活動自体が縮小傾向にある。入試対応が最優先され、総合的な学習の時間が削減される傾向にある。保護者の間でも団体課外活動に対する反応は二極化しており、医療関係者などは人が集まる活動に厳しい意見を持っている場合が多いという。学校としても、安全性を優先する決断を下さざるを得ない。

多くの学校が他県への教育旅行を中止したことを受けて、地元の教育委員会への営業を開始した自然学校もある。泊まりの林間学校や修学旅行ができなくなって県内での日帰りイベントを振り替え実施するという動きも出てきており、そうした学校の駆け込み需要が徐々に増えている。

学校の授業において様々なことがオンライン化を迫られ、逆に実体験の価値が上がると受け止める事業者は多い。東京のある区の教育委員会では、オンライン授業向け学習資料作成に予算を割く必要があるため当面森林体験活動の予算は出せないという方針が出た一方で、逆に私立校からはインタラクティブなオンライン自然体験を提供してほしいといった引き合いがあるという。

森のようちえんでは緊急事態宣言中閉鎖されたところもあったが、医療機関で働く保護者なども利用する基幹インフラとして、限定的に子どもを受け入れた園もあった。子どもがずっと屋内にいることによる精神的なストレスを解消する上でも、極力開所しようという園は多く見られたという。森のようちえんでは、食事の際の配慮の徹底などにより、一般園よりも密は避けやすい。外遊びは子どもの健康には極めて有効で免疫力も高まるといわれる。コロナ以前のインフルエンザの検査でも罹患率は一般園よりも少なかったとの情報を寄せる園もあった。公営園の場合はコロナ対策などでも一般園と足並みをそろえねばならず、活動の制約を受けている園もあった。

以前から漠然と森林体験が大事だと思っていた人がコロナ禍でその重要性を再認識し、森林体験自体の需要はむしろ増えているとの意見も多かった。特に都心の隣接県などでは、ほかのレジャーより密を避けられることから、キャンプ場の利用や森に行く体験が一定の支持を得て回復基調にある。キャンプ業界の2020年夏の予約数は前年を上回った。ステイホーム期間中にキャンプ

初心者が家でバーベキューをしてキャンプに目覚めたり、これまでは海外旅行に出掛けていた人たちがキャンプに流れてきたりしたこともあって新しいユーザーは増えている。キャンプ業界全体としてはむしろチャンスだという機運が高まっている。ただし家族が車で直接キャンプ場に来場して利用する形態なので、旅行代理店などが恩恵を受ける機会は少ない。

森林での社員研修実施事業者も研修の少人数化や宿泊時のリスク低減などの対応を迫られている。多数のプログラムがキャンセルされた事業者も多い。しかし顧客の森林への関心はコロナ禍でむしろ高まっているというのが共通認識でもある。2.3で前述したように、テレワークが増加し、社員同士のコミュニケーションの能力を高めるためにチームビルディングの研修をしたいという需要が増えたり、キャンピングオフィスへの関心が高まったりした結果、関東近県のイノベーターからだけではなく全国各地から問い合わせが増えているという。テレワーク振興という目的での行政からの問い合わせも増えている。

コロナ禍でこれまで限界や制約感があったデジタル化が一気に進み、新しい事業を生む種が生まれたと、コロナ禍を好機に転じようという気概を持つ事業者も数多くおり、そうした新しい試みについては4.2.6で紹介する。

第3章 新しい試みと機会

本章では、様々な事業者や関係者によって実施されている新しい試みを、利用者の目線を意識しながら、幼児教育・学童保育、青少年教育、社会人教育と対象世代別に紹介する。森林環境教育の効果を深化させるには継続的に森林に触れることが望ましいため、これまで短期・単発になりがちであった取組を長期・継続型にしていく試みについても紹介する。また、潜在需要はあると考えられるもののまだ一般的ではない、短期対応の森のようちえんや森の学童保育、プレーパーク²⁷イベント、森林体験施設のワーケーション拠点化、サテライトオフィスといった新規サービスのフイージビリティ（実現可能性）についてもここで述べる。

3.1 森林空間を活用した幼児教育・保育における新しい試み

森のようちえんを育児コミュニティ創出の核にしようという新しい試みが事業者の間に見られ、保護者からも支持されている。こうした試みについては4.1.2で述べる。ここでは森のようちえん以外の事業者による幼児を対象とした森林体験振興の取組を紹介する。

3.1.1 森のようちえん以外の事業者の試み

森のようちえん以外の事業者も、定期・不定期の森のようちえん的な取組に乗り出している。幼稚園の日帰り保育やお泊まり保育を受け入れている国立の青少年教育施設もある²⁸。公営の森林ビジターセンターをバリアフリー化しておむつ替え・床暖房・幼児も遊べる学習コーナーを完備し、若い母親がよく利用するおしゃれなカフェにチラシを置いたり保育育児関係のSNSで情報発信したりするなど、積極的に未就学児・乳幼児と母親を受け入れ「森林児童館」のように利用されている施設もある²⁹。入館無料なのでふらっと立ち寄ることができ、そこに森のようちえんイベントを含むいろいろな有料プログラムのチラシも置いて新規顧客を獲得している。

町内の保育園とともに町の予算で森の保育園イベントを春夏秋冬に1日ずつ実施したり、親子遠足を企画したりする自治体もある³⁰。保育に興味を持つ同町内の高校生ボランティアがリーダーとして参加し、実施をサポートしている。別の自治体では自然学校を中心として村の有志が集まり、村の子どもたちに体験活動プログラムを提供している³¹。村の保育園の子どもたちを月に1回山に連れていったり、川に連れていったり、ドジョウをすくったり、草木染をしたりといった活動のサポートを村の自然学校のスタッフが実施している。別の自治体³²では、地域のNPOに委託して町のこども園に月に1回森林プログラムを提供している。白樺の木に穴を開けて樹液を採って飲んだり、冬は森の中でそり遊びをしたりして、四季を通して森林を楽しむ。

きめ細やかなケアで4歳から幼児を受け入れているサマーキャンプ実施事業者もある³³。おむつ対応などは事前の保護者説明会と調査票で聞き取りをし、お風呂からあがるときには普通のパ

²⁷ プレーパークとは、既成のブランコやシーソー、鉄棒などがある従来の公園とは違い、子どもたちが工夫して、遊びを作り出すことのできる遊び場。常駐のプレーワーカーや地域のボランティアたちのもとで、普通の公園ではなかなかすることができない火や泥遊び、木登りなどもすることができる。

²⁸ 国立山口徳地青少年自然の家。

²⁹ 環境省田貫湖ふれあい自然塾（静岡県富士宮市）。

³⁰ 岩手県住田町。

³¹ 長野県泰阜村。

³² 北海道下川町。

³³ のあつく自然学校（大阪府枚方市）。

パンツをはいて、寝る直前におむつにはき替えるサポートを隠れたところで行ったり、朝 30 分早く子どもを起こしてトイレでパンツにはき替えるのを手伝ったりする。女の子の部屋には女性スタッフ以外は入れない。性犯罪防止の観点からその時限りのボランティア指導員を入れない。幼稚園児、未就学児だけのグループを作って別部屋にしてお昼寝の時間を設けたり、夜は早く寝かせたり、保育士を目指す学生ボランティアをつけて読み聞かせをしたりといった丁寧な現地での対応を行い、顧客を引き付けている。幼児のためのしおりを保護者に別途提供して、「こういうふうに荷物を分けてもらえると現地の指導員も楽ですよ」「こうした不安にはこう対処できますよ」など、きめ細かく保護者の心配や不安を解消している。イベント型の森のようちえんプログラムで、途中で子どもと保護者が別れ、子どもが比較的安全なプログラムをしている横で保護者がヨガをするなど、保護者も子どもも楽しめるプログラムを提供している例もある³⁴。

3.1.2 新しいサービスのフィージビリティー（実現可能性）

本調査では「短期対応の森のようちえん」のフィージビリティー（実現可能性）についても森のようちえん事業者に聞き取りを行った。夏休み限定の山村留学の幼児版といったかたちで、田舎に帰るような感覚で都市部から毎年子どもを受け入れようと計画している園もあったが、まだ試みは始まっていないという。森のようちえんに興味を持つ保護者は一度園を視察して納得すれば入園を決めることが多く、お試しの短期対応はあまり必要ないという園もあった。

森のようちえん的な幼児向け森林体験プログラムを通年で定期的に提供する事業者も現れ、近年参加者が増えている。興味を持った保護者がそういったサービスを通じて森のようちえんを試してみることもできる。保育士資格を持った職員がいる事業者では幼児対応面での強みが活かせる。森のようちえんの場合、大きくても 25 人ぐらいの子どもにしか体験を届けられないが、地元の幼稚園や保育園を開拓してプログラムを届ければリーチが広くインパクトが大きいとの声も聞かれた。

3.2 学校の枠組みの中での森林環境教育における新しい試み

3.2.1 学校教育の中での森林環境教育の位置付け

学校の枠組みの中でも多彩な森林環境教育が実施されている。森林環境教育を新学習指導要領の中でどう位置付けるか、実際にどう時間を確保するかが実施の鍵になる。森林環境教育は総合的な学習の時間に位置付けられるだけではなく、修学旅行や校外学習などの教育旅行の中に位置付けることもできるし、実施の仕方を工夫することによって一般の教科学習の中に位置付けることもできる。中学校以降ではキャリア教育や地域課題の解決と絡めて、林業やまちおこしの視点から取り扱うこともできる。また部活動などの課外活動として実施することもでき、地域の社会教育組織が学校と連携して森林環境教育プログラムを提供することも可能である（表 1.3.1）。

³⁴ のあつく自然学校（大阪府枚方市）。

表 1.3.1 公教育の枠組とつながった様々な森林環境教育のかたち

教育課程 (授業枠の確保が必要)	実施のかたち	課外活動 (授業枠の確保にはとらわれない)	実施のかたち
教科学習	森や木を利用した国語・算数・理科・社会などの授業。 森で実施する森と関連した教科学習：4年生社会（飲料水）、5年生社会（森林資源）、農林高校での林業課程など。	学童保育（放課後児童クラブ・放課後児童教室）	地域学校協働活動の一環として学童保育と地域住民が連携して提供される森林体験活動。 民間学童保育事業者による森林体験活動の提供。
総合的な学習の時間	地域社会と連携した森林環境教育やキャリア教育。	課外学習・土曜学校等	地域学校協働活動の枠組みを利用した森林体験活動の提供。
特別活動（学校行事）	持続可能な開発の視点を取り入れた林間学校の質的向上。 校外学習・修学旅行などの教育旅行への森林体験活動の導入。	部活動（学校内） サークル活動（学校外）	社会課題解決型部活動の提供（森林部など）。 社会教育団体による森林を利用したサークル活動の提供。

（出所）共同事業体

新学習指導要領では学校教育を通じて①生きて働く知識・技能の習得、②未知の状況にも対応できる思考力、判断力、表現力の育成、③学びを人生や社会に生かそうとする学びに向かう力と人間性の涵養により社会で自立的に生きるために必要な「生きる力」を育むことを目標としている。これは林野庁が掲げる森林環境教育のゴールである「子どもたちが森林環境教育プログラムを受け続けることによって、自ら課題を見つけ、自ら学び、自ら考え、判断して行動し、それぞれに思い描く幸せを実現する力の獲得が促進される」とも重複する部分が多い。学校とすれば学校教育で求められている子どもたちの資質・能力を育むことができる内容であれば、その学習対象は何でもよく、だからこそ「総合的な学習の時間」で取り扱うテーマは各学校が地域や学校、児童の実態などに応じて決めるものとされ、森林環境教育に特化した時間とはされていない。森林環境教育に力を入れていない、入れられない学校は地域のニーズなどに応じてほかの教育課題に力を入れたり、主にほかの手段で「生きる力」の醸成を図っていたりするということであり、それ自体を否定的に捉える必要はない。

森林環境教育は「生きる力」の醸成に必要だとして文部科学省が重視する新しい学びの在り方である「主体的で対話的で深い学び」「教科横断的で地域資源を活用した学び」「学校と地域が連携・協働した社会に開かれた学び」のすべてを提供することができる。森林は多様な課題を含んでおり、森林を題材にした教育を行うことで、多様な課題解決を図ることができる人材が育つということを学校や青少年教育関係者に提案できる。実際にプログラムを企画する際は、学校側の必要に応じて地域教育や防災教育、エネルギー教育などほかの教育テーマと柔軟に抱き合わせて包括的なものにしたり、教員が置かれた教育現場の実情を把握して負担を減らし、現場が動きやすいようにきめ細かくサポートしたりする必要もある。

少年自然の家などの青少年教育施設は、実は必ずしも教育を森林で行うこと自体にこだわっているわけではないというコメントもあった。そうした施設の教育主眼はむしろ森林を利用した「生きる力」の醸成にある。そうした施設に森林環境教育と「生きる力」の醸成のバランスを取ったプログラムの提供を働き掛けることは意味のあることである。実際にそうした施設で行われる従来型の林間学校から ESD 的な視点を取り入れたプログラムへ質的向上を図る動きも見られる。それまでは登山をやってバーベキューといった森に親しむことが中心だった活動を、間伐をしたり植生調査を行ったりするなど社会や理科といった教科に関連した森林への主体的な関与活動に切り替えた都会の自治体もある。森林だけではなく、地域社会や生活そのものをどうしていくの

かについて子どもに考えさせることが必要なので、体験活動で地域の人に直接語りかけてもらったり、交流したりすることが大事になる。

3.2.2 新しい試み

2.2 で述べたように、学校現場では様々な教育課題でカリキュラムが飽和しており、新規に森林環境教育を開始しづらい状況がある。現場教員のハードルを一つずつ下げていかないと、いくら魅力的なプログラムであっても、なかなか受け入れられない。以下では、インタビューで明らかとなったそのような試みについて説明する。

(1) 教員の負担を軽減する試み

福島県では県の森林計画課の事業として自然学校にコンサルティングを委託し、校長会を巻き込みながら³⁵現場を知る 35 歳から 40 歳ぐらいの識者を中心に評議会を構成して、森林環境教育実施時に現場教員にのしかかる負担を減らすプロジェクトが実施されている。講師を探してきて、授業案を書いて、承認をとって、授業をするという一連のプロセスをなくすため、相談できる窓口を作り、授業案を冊子としてまとめ、現場教員がこの項目をやると言えば学校長からすぐに許可が下りる仕組みの構築を県レベルで目指している。現場の教員が利用しやすく利用したいと思えるものを作ることを主眼として、評議会とは別のプロジェクトチームを 20 代から 30 代の教員と先進的な森林ビジネスの経営者、森林環境教育の実践者で構成し、教員と一緒に具体的な授業案を作成する。現場教員はどこがボトルネックなのかをよく知っており、校外に出やすい時期が学年によって異なるなど細かな実情も分かる。

地域ごとに独自の森林環境教育の動きが出てくる中で、移住・定住促進も視野に入れながら、福島県は森林県として学校教育の中に森林環境教育を取り入れるという特徴を出そうとしている。森林環境教育を声高に叫ぶ外の団体がやるのではなく、校長や教員、教育委員会を巻き込んで、できるところから仕組み化しようという点が意義深い。福島モデルが出来上がれば、それに類するものが他県にも広がる可能性がある。これを中央からトップダウンでやろうとなると、調整に時間がかかるだけだとの見解も寄せられている。

岐阜の森林総合教育センター（4.1.1 (2) 参照）では小中高の教員に森の中での授業を体験してもらい研修を実施している。保育士課程の学生にも同様の研修を提供しており、大学の教育課程の学生に対して研修を提供することも検討されている。森林に隣接した学校でその森林を使って年 4、5 回ずつ研修会を実施するなど、日常的な授業を森林で実現するための計画がすでに始まっている。

(2) 教科学習に取り込む工夫

学校現場ではカリキュラムが飽和しており、新しく森林環境教育を持ち込むよりも、今、教員が実施しようとしているカリキュラムが森の中でできるような提案をする方が受け入れられやすいというコメントも聞かれた。国語・算数・理科・社会を森で教えるプログラムはあるものの、単元ごとの授業計画のマニュアルはない。福島県では木を使った数学の授業や、英語で自然を学

³⁵ 県の森林計画課の事業になるので、今のところ教育委員会は直接評議会に委員として入っているわけではない。教育委員会側の反応を見て判断される予定である。

ぶといった授業案冊子を現場教員との協議を通じて作り上げようという動きも進んでいる。市街地にある学校でもできる、バス代もかからず身近でできる、木が一本あればできるようなハードルの低い授業案から作成を進めることが計画されている。

NPO との連携の上で、「学校裁量の時間」及び「総合学習の時間」枠を用いて、教科学習と関連付けた活動を森で実施している自治体³⁶もある。LEAF プログラム³⁷を下敷きにして、森の中で森の素材を使って学習を促進するのだ。例えば小学 2 年生から取り組む国語の擬態語擬音語の授業を森で行う場合、まず「ふわふわ」したものを森の中で探してこようと言って子どもに持ってこさせる。今度は「メケメケ」したものを持ってこようと言うと、みんなが持っている記号化された言葉が一度壊され、右脳をフル回転させて五感で森の中のものを感じようとしだす。皆「メケメケってなんだ？」と言いながら、それでも各自が確かに「メケメケ」しているものを持ってくる。現場教員はほかの教科単元との結びつきも意識しながら授業プログラムを作っている。

森林に出なくても工夫して教科学習を行うことができる。技術科の授業で使う木材がどういう特性を持っていて、どういう経緯で生産され、人の生活にどういうふうに関わり合っているのかという観点で、標本を並べ実物に触れさせながら授業を行う事例では、好きな標本を選ばせるとどのクラスでも不思議と絶滅危惧種に偏るという。そうした授業を通じてわれわれの何気ない選択が生態系に関わってくることを子どもたちに実感させることができる。

様々な教科において、森林に関連する形で扱いやすい学習テーマがある。表 1.3.2 に、「学習指導要領」（平成 29 年 3 月）に基づき森林に関連して扱うことができる事項についてまとめた。

表 1.3.2 「学習指導要領」³⁸における森林に関連して扱うことができる事項の小学校での取扱

教科	学年	関連事項	教科	学年	関連事項
社会	3 年	身近な地域や市の様子	図画 工作	1～2 年	造形的な活動を思いつくこと 身近な材料や用具になれること
	4 年	飲料水の安定供給 自然災害から人々を守る活動		3～4 年	身近な材料や場所などを基に造形的な活動を思いつくこと 材料や用具を適切に扱うこと
	5 年	国土の自然環境と国民生活 自然災害から国土を保全し国民生活を守るための対策 森林の育成や保護に従事している人々の役割 森林資源の分布や働きと役割		5～6 年	材料や場所、空間などの特徴を基に造形的な活動を思いつくこと 表現方法に応じて材料や用具を活用すること
理科	全般目標	自然を愛する心情や主体的に問題解決しようとする態度を養う	家庭	5～6 年	自分の生活と身近な環境との関わりや環境に配慮した物の使い方などについて理解する
	3 年	身の回りの生物と環境	道徳	1～2 年	身近な自然に親しみ動植物に優しい心で接する
	4 年	動物の活動や植物の成長と環境との関わり		3～4 年	自然のすばらしさや不思議さを感じ取り、自然や動植物を大切にすること
	5 年	流れる水の働きと土地の変化		5～6 年	自然の偉大さを知り、自然環境を大切にすること
	6 年	植物の養分と水の通り道、生物と環境 (台風と降雨に伴う自然災害を含む)	総合的な学習の時間		自然体験などの体験活動を積極的に取り入れる
生活	1～2 年	地域に愛着を持ち、自然を大切にする (具体的な活動や体験に基づく活動を実施する)	特別活動 (学校行事)		自然の中での集団宿泊活動などの平素と異なる生活環境にあって、見聞を広め、自然や文化などに親しむ(体験的な活動を通して資質・能力を育む)

出典：木俣（2020）を基に、共同事業体が作成

³⁶ 北海道下川町。

³⁷ LEAF は北欧の森林業界が森林産業の普及啓発のために開発したプログラムで、子どもたちの環境意識の向上と環境教育に関わる教師の育成を目的としている。対象年齢、教科、アクティビティを行いたい季節や場所などの条件で LEAF アクティビティが整理され、ウェブ上で検索もできる。未就学児や低学年向けのものから、森の価値を考えさせたり林地残材の活用法を考えさせたりする中高生向けのものまで様々なアクティビティが紹介されている。（<https://www.fecjapan.org/leaf/>）

³⁸ 平成 29 年 3 月改訂版。

(3) 総合的な学習の時間を活用する事例

近年、学校現場では学習の成果を何で測るのかを明確化することにも関心が払われるようになった。学校側の教育到達目標と森林関係者側の教育到達目標を明確に整理した上で、様々な森林環境教育が地域社会との連携のもとに実施されている。森林環境教育では社会課題の題材として森林や林業、木材産業、山村振興などを扱うため、林業を基幹産業とする自治体にある学校では当然その親和性が高い。実際そうした自治体を中心に、総合的な学習の時間を用いた森林環境教育の中小高一貫実施事例が見られる³⁹。教育委員会や町の林務担当部署でプログラムの実例集やテキストを作り、林業事業者の協力のもとで水源林の訪問やしいたけの栽培、木工体験、間伐や伐倒作業の体験、地拵^{じごしら}えや下刈り体験、植林体験、大型林業機械運用の見学、木材加工施設の見学など、学年に応じた様々な森林環境教育が実施されている。各プログラムは、学習指導要領に明記された各学年での学習テーマに連動するかたちで設計されている。例えば小学4年生社会での「飲料水」に対応する実習として水源林を訪問し、5年生社会での「森林資源」に対応する実習として森林整備を体験する。

鳥取の事例⁴⁰では小学4年生を対象にブナ林で水の学習・森の学習・木を植える学習・冬の森の学習を計4回実施する。豊かに湧き出るひんやりした沢の水に入って山から湧き出す水を五感で感じ、その水がどこから流れて来るかを話し合う。ブナの原生林ではスポンジのようにふわふわの腐葉土の上に子どもたちを仰向けに寝かせながら、しばしの間静かに自然との対話と自分との対話を試みる。分厚い腐葉土の中には様々な虫がうようよしていることも目に見えない微生物がたくさんいることも学習する。最初は気持ち悪がる子どもも、むしろ虫の方が迷惑がっているのではないかと考えるようになるころから、気持ちが落ち着く。しばらくすると腐葉土の上に寝そべっても、虫が体を這い回っても子どもたちは騒がなくなる。そこで虫や微生物の働きで1センチの腐葉土ができるのに100年もかかることを伝える。このプログラムは4年生社会の「地元を知る」（飲料水の確保、地元の主な産業の様子、特色のある地域の生活）と4年生理科の「生命・地球・季節と生物」、道徳特別活動の「郷土愛・自然への親しみ」にひも付けられ、身近な自然の中にどんな動物や植物があって森林が守られているかについて考え、森林環境を守るために自分たちができることを考えさせることを目的として実施されている。行って体験して楽しかっただけでは続かないし、単発の体験で終わってしまうので、子どもたちがそれを受けてどう考えるかということを下支えするための準備とフォローアップが欠かせない。

(4) 小規模特認校やコミュニティスクールでの取組

森林地域の小規模特認校では自治体レベルではなく学校レベルで学校林の造成に取り組む事例などが見られる。また文部科学省が近年推し進めているコミュニティスクール（学校運営協議会制度）の仕組みを利用して、学校運営に地域の声を積極的に生かした特色ある学校づくりの一環として森林環境教育を実施することもできる。

(5) 地場産業やキャリア教育との連携

学年が上がって中学校や高等学校になると地場産業やキャリア教育と絡めて森林環境教育が提

³⁹ 北海道下川町、長野県佐久穂町、岩手県住田町ほか。

⁴⁰ 大山横手道上ブナを育成する会「水と森の分校」が鳥取県伯耆町立八郷小学校の生徒を対象に実施。林野庁近畿中国森林管理局、箕面森林ふれあい推進センター（2016）

供されることが多い。地場の木工業者がどういう製品を作っているのかを調べたり、広葉樹にもいろいろな種類があることを学んだあと自分たちで木工製品を作ったりするプログラムを展開する自治体⁴¹もある。商業高等学校では木材を使ったビジネスアイデアをブレインストーミングで出し合い、出てきたアイデアを基に商品を作って生徒が販売実習を行う事例もある⁴²。農業高等学校ではコミュニティーデザインや地域おこし専攻が用意されているところもあり、まちづくりや地場産業振興の一環として森林と関わる事例もある⁴³。

社会の中で起こっていることを基に考えることは、入試用に作られた学習とは決定的に異なる。課題解決型のプログラムでは課題自体を子どもたちに設定させると学びが自分ゴト化し、深化する。話や写真だけだと「ふーん、そうなんだ」で終わってしまうが、自分たちが現地に行き実際にやるとなると当事者意識が出てくる。現地に行くと自分で関与しなければ絶対に出てこないような意見も出てくる。それを実現していくために大人がどうサポートするかというその場勝負にもなり、関わる大人の側にも高いファシリテーション能力や、多種多様なアクターとの調整能力が必要とされる。自分がまさにそこに関わり、何度も何度も通う間に森林が良くなっていく姿が実感できたり、切った木で何か社会貢献できたりすれば子どもの姿勢も変わる。ビデオで見た本で読むだけだった森林環境問題が人ごとではなくなるのだ。

森林に主体的に関与するプロセスを通じて同時に生きる力も養われる。今の子どもはお互いの動きを見て察し合って互いに手助けしたり、次の仕事をするにはこの段取りが必要だといった見通しを持ったりすることが苦手だという見方もある。自ら課題を探し解決を図る森林環境教育はそういった能力を養うことができる。自己肯定感や自尊感情は周り自分と比較できるようになる中学生年代では下がるのが通常だが、森林体験をするとそれが上がるという指摘が教員からあった。森林体験をしている子どもは、自分の心の芯みたいなものをしっかり持つことができるというコメントもあった。

社会に貢献したいという思いが強い生徒は近年少なくないという。社会にアプローチしていく最初の舞台として森林を提供しつつも、ふるさとはこんな仕事があり、森林ではこんな大人が活躍しているということを彼らが地域を出ていく前にしっかり見せておく。だが進学・就職で外に出ていくことについては子どもたちの人生が最優先であり、自分の決断で外に出ていくのなら地域の大人は全力で応援する。そしていつでも帰ってこいよとつながり続ける。そういう思いで地域の人々は子どもたちに森林環境教育を提供しているという話も伺った。

(6) 自然学校との連携

教育を核とした地域振興の中核的存在として自然学校の役割が高まっており、学校を対象に森林環境教育を提供している事例も多い。NPOがコーディネーターや講師として自治体から幼小中高一貫した森林環境教育の実施を受託し、地域の学校の授業の一環としてプログラムを提供しているケースもある⁴⁴。自然学校を運営するNPOが公立の少年自然の家の指定管理者として施設を運営し、小学生が授業の一環として林間学校で来る形態や、森林での校外学習を自然学校本体で

⁴¹ 北海道下川町。

⁴² 北海道下川商業高等学校。2019年度までの事例であり、2020年度以降は、製品加工して販売する活動から事業計画をつくる活動にシフトした。

⁴³ 野県立上伊那農業高校。 <https://minamiminowa.org/2019/01/25/1022/>

⁴⁴ NPO法人森の生活が北海道下川町より業務を受託。

受け入れる形態も報告されている⁴⁵。女子高等学校の生徒を森林キャンプに受け入れ、防災的な観点から空き缶と牛乳パックを使って生徒にご飯を炊かせるなどそのプログラムは多彩である。

自然学校や森林総合教育センター（岐阜県立森林文化アカデミー 森林教育総合センター＜岐阜県美濃市＞、4.1.1（2）参照）が学校教員に対する森林環境教育や森林体験における安全管理の実践指導にも積極的に関わる事例も報告されている。森林総合教育センターが県立の特別支援学校や一般の学校に出向いて、学校の近隣の森林の中に生徒が過ごせる場所を設置したり、遊び場を作る活動を生徒と共同で行ったりするサービスも提供されている。特別支援学校側は毎朝そこで読書の時間を設けているが、子どもたちは教室で読書の時間を過ごすよりも何倍も集中していると聞く。また自然学校が講師を派遣し私立小学校の授業の1コマを担当したり、林間学校や修学旅行に随伴したりすることもある⁴⁶。

山村留学の受け皿になっている自然学校では、受け入れた子どもが通う学校で今何が教えられているのかを知る努力をしている⁴⁷。例えば、4年生のある時期に「燃焼」の授業が行われているのであれば、その週末や放課後に物を燃やすプログラムを子どもたちに提供すれば良い体験学習になるといったことである。單元ベースの連携までにはまだ至っていないが、各学年の年間成長目標を踏まえて大枠で学校と連動できるような態勢を整えている。

3.2.3 森林環境教育外注化のフィージビリティ（実現可能性）

2.2 で述べたように現場教員は多忙であることから、本調査では、林間学校などを受け入れる施設側が、学校側から林間学校などの企画から実施まですべてを委託された場合にどの程度対応できるのかについても聞き取りを行った。どんなことをやりたいのか、教育的な狙いは何なのかについて担当教員との対話は必須であるものの、学校からすべてを委託されても生徒を受け入れられる体制を整えている自然学校は珍しくないという。そうした事業者は、国公立青少年教育施設より若干価格が高くても、学習指導要領を踏まえ、学校に対して柔軟かつ丁寧な対応を行い支持されている。近年、世帯年収によって子どもが自然体験活動を行う機会や内容に相違が生じているという意識調査結果が出ていることから、世帯年収によっては森林体験の機会が減少している子どもがいると言える。すべての人に森林体験を届けるという理念から、公営の少年自然の家の指定管理契約に積極的に取り組む自然学校もある⁴⁸。

民間の指定管理者や受託運営者が入っていない少年自然の家などの国公立青少年教育施設でも、プログラムの狙いや教育課程の中での位置付けなどを学校側と打ち合わせた上で、プログラムの企画から実施まですべて委託することが可能な施設もある⁴⁹。ホームページで「プログラムの企画と体験活動の指導」「安全管理の要点」「集団宿泊活動の計画」を明確に説明しつつ、電話でも相談に乗り、教員によるプログラム企画をサポートしている施設もある⁵⁰。施設では受け入れることができるのに、学校からの相談が伸びないボトルネックは、結局のところ学校側が時間と予算を確保することができないからであるという事業者もいた。

⁴⁵ ホールアース自然学校本部（静岡県富士宮市）。富士市立少年自然の家（静岡県）を指定管理者として受託運営。

⁴⁶ のあつく自然学校（大阪府枚方市）。

⁴⁷ グリーンウッド自然体験教育センター（長野県泰阜村）。

⁴⁸ ホールアース自然学校本部（静岡県富士宮市）。

⁴⁹ 国立山口徳地青少年自然の家。

⁵⁰ 同上。

修学旅行での森林体験の実施に携わっている自然学校もある。例えば中京・関西からの修学旅行のメインルートに富士山麓での森林体験プログラムを組み込むなどして、森林体験の提供対象として取りこぼしがちな中高生に対応している自然学校がある⁵¹。年間 250 校の修学旅行に森林体験を組み込むと年 2 万 5,000 人は受け入れることになる。経営を安定させる売り上げとしても大きい、それを 30～40 年間継続して実施している社会的なインパクトも大きい。林業を中心とした持続可能なまちづくりを進め日本 SDGs アワード総理大臣賞を受賞した北海道下川町でも、修学旅行受け入れの問い合わせが増えている。

これまで述べてきたように、その学校や地域の抱える課題や機会に対応しつつ、多様なアクターと連携しながら多様なかたちで学校での森林環境教育を提供することが可能である。学校や現場教員、さらには地域社会のアクターが協調しながら、持続可能なかたちで子どもたちに森林環境教育を提供することができ、かつそれぞれのアクターの期待が満たせるよう、現実的で柔軟なアプローチを模索していくことが鍵となろう。

3.3 学校の枠組みの外での森林体験における新しい試み

青少年に質の高い森林体験を届けるという本来の目的に立ち返れば、学校教育の枠組みに縛られる必要はない。公教育はすべての子どもを対象とする大変重要なチャンネルであるが、それだけが教育のチャンネルではない。教育は学校だけで行われるべきことではなく、すべてを学校に押し付ける必要もないと言える。

お金を払って参加したいという希望者だけを対象に、それぞれの参加者のニーズに合ったプログラムを届けることができることには、全員を対象に全員が参加できるプログラムを提供する学校教育現場にはない強みがある。子どもたちに森林体験を届けるために、事業者は様々な森林体験商品を顧客が求めるかたちで提供している。

3.3.1 ライト層向けプログラムの提供

自然学校が商売として成り立っている社会は実はいびつであって、お金を払ってキャンプに行き、そこで指導者が教えてくれなくても、森林体験が日常の中に当たり前にあってこそ持続可能な日本だとして「自然学校がない社会を作ろう」という価値観を大切にしている自然学校もある。ライトな日帰りのプログラムから提供している事業者も、2泊3日や1週間のプログラム1回で子どもを成長させられるとは思っていない。しかし何歳からでも自然に親しめるような場の提供を心掛け、森林体験の入り口としてライトなプログラムを提供することは、その後のリピートやより長期型のプログラムへの参加に実際につながっている。あくまで森林体験の入り口を提供するという明確なビジョンを持ってサマーキャンプなどのプログラムを提供しているスポーツクラブや自然学校もある。中身よりもまず値段を気にする保護者も多いため、窓口になる安価なプログラムと、そこから継続していくような本格的なプログラムに分けて戦略的に提供している事業者もある。それまで森林に意識を向けてこなかった顧客に森林に関心を持ってもらって足を運んでもらうために、事業者は多様な潜在需要に目を向けて趣向を凝らした多種多様なサービスを企画・提供しているが、こうしたライト層や別関心層に対して働き掛け、顧客の裾野の拡大を目指す試みについては 4.2.1 で詳しく紹介する。森林の良さを知り、サービスに納得してリピーターになれ

⁵¹ ホールアース自然学校本部（静岡県富士宮市）。

ば、費用が多少高いプログラムでも参加をいとわなくなる。顧客管理プラットフォームを導入し、過去の参加履歴や顧客の希望、アレルギーの有無などを確認した上で子どもを受け入れ、参加時の子どもの様子などを意識的に保護者に伝えることで、絶大な信頼を得ている事業者もある⁵²。過去の情報を確認しながら顧客に新たな提案をし、顧客個人に寄り添う姿勢を伝える。高価格帯の事業では、主体的に自己決定をし、自己表現をし、他者と協調して何か新しいものを生み出す活動を、プログラムに必ず入れるようにしているという事業者もあり、参加者の子どもにもその保護者にもその価値は伝わるという。

3.3.2 きめ細やかな顧客対応

ある事業者は、学校だけでなく学校以外の団体を受け入れるための対応も積極的かつきめ細やかに行っている。8人以上からオーダーメイドのキャンプに対応し、15人規模でのオーダーが大きく伸びているという事業者もいる⁵³。その人気の秘密は顧客がしてほしいと感じることや、面倒だと感じるすべてのことを包括的に引き受けてくれることである。例えば、サッカーチームからのオーダーを受ける際は、指導員の派遣はもちろん、本来はサッカーチームが行っていたチラシの作成や保護者説明会、参加者受付業務も代行し、保護者に対する請求集金業務、バス手配、宿泊手配をすべてパッケージ化して自然学校が一括して請け負う。サッカーチームからの引率者は緊急時の保護者への連絡などのために最低1人いればよく、保護者のボランティア参加などは一切必要ない。現地でサッカーの練習をしたいというニーズに対応するため、グラウンド手配・予約、氷、スポーツドリンク、コーン、ビブスなどもすべて準備し、練習が終われば希望に応じて森林でのプログラムも提供する。救急法まで身に付けているプロに包括的に対応してもらえるならばサッカースクールも保護者もありがたいのだ。やるべきこと自体は一般的なサマーキャンプの受け入れとそう大きく異なるわけではないため、事業者としてもこうした新規サービスには比較的対応しやすい。

公営の少年自然の家などでも、学校だけでなく学習塾やスポーツ少年団、子ども会といった学校以外の団体に対して内容をカスタマイズしながらサービスを提供している。民間の指定管理者が管理運営している施設では、指定管理者制度導入に伴い条例改正を行い、利用可能団体を広げた⁵⁴。指定管理者がニーズを掘り起こした結果、従来利用できなかった企業・団体（スポーツ少年団、学習塾等含む）の利用が増えただけでなく、教育委員会以外の行政部署（子育て支援、健康政策、まちづくり等）にも認知が広がり、多様な市民の森林体験機会を創出できた。また、キャンプ場利用者の火気使用規制の緩和ニーズをとらえ、粘り強く自治体と協議して条例改正を行い、コロナ禍でも利用者を大幅に増やした事例もある。

3.3.3 「生きる力」を醸成する多様なプログラムの提供

サマーキャンプなどの森林体験では、プログラムの日数が長くなればなるほど教育効果が高まる（別添2も参照）。子どもが多忙でスケジュールが取れないため、全体としては減少傾向にあるが、30泊31日で費用34万円などという簡単には参加しづらいプログラムであっても、教育効

⁵² エコエデュ（静岡県静岡市）。

⁵³ のあつく自然学校（大阪府枚方市）。

⁵⁴ 富士市立少年自然の家（静岡県）。ホールアース自然学校本部（静岡県富士宮市）が指定管理者として受託運営している。

果の高さからキャンセル待ちになるものもある⁵⁵。子どもたちが自分で考えてプログラムを決めて力を合わせて暮らす、最長 2 週間のキャンプを実施している自然学校もある。長期キャンプの中にはチームで協力して火をおこせないと食事にありつけないなど厳しいものもある。自分の思い通りにならないいらい立ち、思いを伝えられないもどかしさ、傷つくことへの恐れ、どう他人と折り合っているかが分からない今どきの子どもが、限界体験を経ながら自分の弱さや不安を初めて人と共有し、本当の仲間ができるという。キャンプから帰ってきたわが子を見て、保護者が「この子はうちの子なの」と漏らすほどの見違えるような変化は、2 泊や 3 泊のキャンプでは起こらない。肉体的にたくましくなるのはもちろんのこと、それまでけんかが絶えなかった弟の面倒を見るようになった、自分で食べ終わった食器を自分で洗うようになった、あいさつがあまりできなかった子が進んであいさつをするようになった、相手の気持ちを思いやり協調できるようになった、といったものから、それまで人の意見に流されてなかなか結論を出せなかった子が自分でやりたいものを決めて、言われなくても進んで勉強するようになったなど、「生きる力」を体得する子は多いという。

子どもたちに自分でやりたいことを考えさせて自由にやらせるというスタイルのプログラムは、安全管理の徹底はもちろん、子どもが壁にぶち当たった時の寄り添い、問題解決のファシリテーションも含めて、スタッフの能力やスキルが高くないと実施は難しい。ボランティアの学生をそこまで育成するのは簡単ではないため、どの事業者でもできることではない。

定期的な連続プログラムを実施することでも高い教育効果を狙うことができる。アウトドア関係者の間では「一からカレーを作る⁵⁶」というプログラムが広く知られている。これは米から具となる肉・野菜・調味料・香辛料、果ては皿やスプーンまで一から準備し、1 年間かけてカレーを作る準備をするプロセスを通じて食と生の本質に向き合うものである。同様の発想で森林総合教育センターがコケッコキャンプという連続プログラムを実施している。卵がかえるところから始まって最後はその鶏を絞めて食べるころまでを行う。家に帰っている間もいろいろな宿題を出すことで参加者に考えさせる。

3.1.2 で述べたように森林体験プログラムのマーケットは小学校で途切れてしまうが、それでも里山に行きたいという中学生はいる。ホームページには載せていないが、ピックアップしたリピーターだけを連れていくキャンプを実施したり、そうした子どもに救急法などの講習を行い、ボランティアのキャンプリーダーとしてキャンプに参加させたりして、つなぎ留めようという事業者もいる。キャンプ参加者 OB の高校生を組織し、中高生向けの企画やイベントを練っている事業者もある。

民間企業が有償で中高生を対象に農業と商品開発を体験させるプログラム⁵⁷もあり、それに注目する事業者もいる。子どもが企画してすでに 100 万円を超える売り上げをあげた商品もある。一つ一つ自ら開発した商品を自分の手で売ってビジネスの実感を得ていくことで、多くの学びが得られる。幼児期から自然に関わってきた子は、身体感覚としての自然や、自然とともに生きている周りの人々の生き様を蓄積していて、町場で育った子からは絶対に出てこない視点があるという。それが社会的に意義のあるかたちで商品化され、利益が出ればインパクトは大きいとの

⁵⁵ 34 万円のサマーキャンプの効果 子どもは別人のように変化 NEWS ポストセブン 2018 年 9 月 8 日

https://www.news-postseven.com/archives/20180908_755932.html?DETAIL

⁵⁶ カレーライスを一から作ったら 9 カ月かかった！ 探検家・関野吉晴さんの新たな挑戦、<https://kokocara.pal-system.co.jp/2016/11/14/curry-yoshiharu-sekino/>

⁵⁷ 菊川ジュニアビレッジ（静岡県菊川市）。https://jvglocal.com/base_kikugawa

コメントがあった。

キャンプをリピートして「卒業した」子どもたちに、本音を言えば、もう少しハードな自然との向き合い方を提案してみたいと語る事業者もいる。森林整備に行って来るとか、テント一つで1泊してくるとか、木を自分で倒してみるとか、森林との関わりで生活している人のところに1週間弟子入りしてくるとか、そういうことが提案できれば意義深いという。しかし、子どもとの一対一の信頼関係に基づいて個別にサポートすることはできても、簡単に事業化できることではないという。

3.3.4 森の学童保育のポテンシャル

2.2.2 で説明した常設型の森の学童保育では、放課後に子どもたちを緑道などで自由に遊ばせているだけではない。子どもたちが気候変動やプラスチックごみ問題などについて能動的に考えるよう、地域社会でプラスチックごみの実態調査を行ったり、普段自分たちが利用している緑道の清掃を行ったりするなど、体験型で地域に根差したSDGs教育も実施している⁵⁸。緑道を掃除していれば近所の人に「何してるの？」と聞かれて自然に交流が始まり、子どもたちの意識も必然的に地域に向かう。この事業者は日常型と週末型のプログラムを両方提供しているが、週末型のプログラムも県内の自然体験にフォーカスし、海・山・川、そして森林という循環環境や自分の故郷について思い切り遊びながら直接関わって学ぶ。小さいころから自然体験を積み重ねてきた子どもは、環境に対する意識や畏敬の念が違うという。学童保育の子どもたちが週末に提供されるキャンプに参加することもあり、学童保育に来ている子どもが、全く学校の違う子どもたちと接点ができ、仲間を増やしていける仕組みも準備されている。

3.3.5 新規サービスのフィージビリティ（実現可能性）

（1）森の学童保育的サービス

常設・通年型の森の学童保育はまだ黎明期にあるが、単発型のイベントやコース型のサービスも含めて森の学童保育の実施がどの程度行われており、今後の進捗が見込めるかについても本調査で聞き取りを行った。平日午後に毎週1回提供されているプログラムの定員がほぼ埋まり、現在では3コースを1週間のうちの別々の日に並行して提供している事業者もある⁵⁹。違う学校の友達と一緒に虫を追ったり、川で魚とりをしたりというのは子どもたちにとって非常に楽しい体験だ。人気が徐々に高まっており、曜日別に毎週5つのコースを並行して実施することが現実的な目標になっている。平日常設型の森の学童保育は週1回だけのコース型を含めてまだ実施例が少ないが、週末型の森の学童保育プログラムは様々な事業者によって広く提供されるようになってきており、自然学校はもとより、少年自然の家などの国公立青少年教育施設でも実施例が見られる⁶⁰。一方、通常学校の受け入れを主業務としている施設では、学校の宿泊プログラムが優先であって貸し切りにする必要があるため、森の学童保育のようなプログラムの優先順位は低くなる。

村落にある自然学校が地域と協働して、放課後の学童保育サービスを提供する活動も行われている。子どもたちが放課後歩いて行ける範囲で集落の人々の畑を訪問し、地域の人々にいろいろ

⁵⁸ もあなの家（神奈川県横浜市）。<https://moanacarthvillage.com/>

⁵⁹ エコエデュ（静岡県静岡市）。

⁶⁰ 尼崎市立美方高原自然の家「とちのき村」。https://kamicho-ijyu.com/mikata_youchien/、<https://www.obs-mikata.org/news/350/>

な体験をさせてもらう活動を自然学校のスタッフが調整・サポートしている。ダイコンの収穫を手伝ったり、掘ったサツマイモをその場で焼き芋にしたりするのだが、地域の人々も特別なことをするわけではなく、普段の農作業の延長として対応している。週末にプログラムを実施するときは、車を使って村内の遠い場所を訪れることもあるが、時に村行政が協力してマイクロバスを出すなど村一丸となった教育立村政策の一環として実施されている⁶¹。

森のようちえん卒園生の保護者を中心に、子どもたちの体験と自主的な学びを重視した教育のニーズが高まっており、オルターナティブスクールが徐々に増えてきている。そうしたところでは森林での活動も生徒の自主性に任されながら実施されている。近くの山を探検したり、山登りに行ったり、山に鹿の角を探しに行ったり、竹林の竹を使って遊具を作ったり、まきストーブ用にまきの調達をしに行ったりといった諸活動が日常的になされている。オルターナティブスクールに関しては4.2.6においても紹介する。

文部科学省が推し進める地域学校協働活動を通して、体験活動を重視した学童保育サービスを地域のアクターが提供している例も報告されている。これについては4.2.3で別途述べる。

(2) ワークেশョン⁶²サービス

ワークেশョンサービスに乗り出そうというキャンプ事業者なども増えているが、キャンプ事業者に対する聞き取り調査を実施した事業者によるとまだ3割程度であり、課題は多い。多くの事業者は遊びに来る場所でなぜ働くのかという意識をいまだに持っており、ワークেশョンに対する理解ができていないという。割引などを含め平日のワークেশョンプランを提供しているキャンプ場も少ない。キャンプ場で働くためのサービスを提供するのは目的外利用になるという見解を持つ事業者すらあるという⁶³。

Wi-Fi⁶⁴の届くエリアがキャンプ場の受付や管理棟に近い所だけであったり、テザリング⁶⁵を使おうとすると電波状況によってはウェブ会議が寸断されてしまったりするなど、環境的にもまだ課題が残っている。上記の事業者によるとスタッフだけが利用できるところを含めても、3割ぐらいのキャンプ場しかWi-Fi対応ができていないという。

ワークেশョンに子どもの教育を組み合わせたワデュケーション⁶⁶目的での利用の場合、キャンプ場の近くに子どもも体験できるアクティビティがあると便利であるが、上記の事業者によるとそうした施設は3割程度にとどまっているという。未就学児に対応しているアクティビティは特に少なく、保護者の同伴が必要になることが多い。そうしたアクティビティに関する情報はまだネットでも集めづらいのが現状である⁶⁷。

本事業の一環として実施した「森林×SDGs 親子で楽しむ森の時間『ワデュケーション』体験

⁶¹ グリーンウッド自然体験教育センター（長野県泰阜村）。

⁶² ワークেশョン（英語：Workation）とは、「ワーク」（労働）と「バケーション」（休暇）を組み合わせた造語で、観光地やリゾート地でテレワーク（リモートワーク）を活用しながら、働きながら休暇をとる過ごし方。働き方改革と新型コロナウイルス感染症の流行に伴う「新しい日常」の奨励の一環として位置付けられる。

⁶³ キャンプ場のワークেশョン対応実態に関する調査を実施したポータルサイト事業者に対するインタビュー。

⁶⁴ Wi-Fi Alliance が標準化した無線 LAN の一規格。

⁶⁵ 携帯電話回線に接続されたスマートフォンなどをアクセスポイントとして設定し通信を中継することにより、その端末と接続されたパソコンなどをインターネットに接続すること。

⁶⁶ 「ワデュケーション」とは、「ワーク（労働）」「バケーション（休暇）」「エデュケーション（教育）」を組み合わせた造語。

⁶⁷ 上記 63 と同じ事業者に対するインタビュー。

モニターツアー」でも、子どもだけで参加できるプログラムとセットでの提供が重要、屋外でも作業できるようなネットワーク環境の整備が望ましい、1 週間から中長期滞在もできるようなプランや設備があるとよい、プロフェッショナルによる森林環境教育の提供も有用、子どもに対する体験のさせ方を指南する大人向けのプログラムが必要、などの意見が参加者から寄せられている。モニターツアーでは、子どもが森を前にしてワクワクが止まらず、思わず駆け出す姿が見られたり、保護者が子どもは自分で学ぶ力を持っていると気づいたり、子どもの変容に驚き評価したりする声も聞かれた（モニターツアーの詳細については、本報告書の「第2部 メディア・企業との協創による『森林×SDGs プログラム』の発信」の「第2章 森林の新たな楽しみ方を提案する森林モニターツアー」を参照）。

青少年教育施設や自然学校が森の学童保育サービスを提供しつつ、同時に保護者に対して仕事もできる環境を提供できれば、より多くの利用者を引き付けることができるのではないかという観点から、本調査ではワーケーションと森林環境教育を合わせたワデュケーションサービスの可否についても事業者に対して聞き取りを行った。

今回聞き取りを実施した事業者の中には、ワデュケーションサービスを提供しているところではなかった。すでに3分の1の施設でワーケーションサービス導入が検討されているキャンプ場と比べると、まだ対応は進んでいないと言える。しかし指定管理者として少年自然の家の受託運営を実施している事業者は、ビジネスモデルができているわけではないが、機能的には十分ワデュケーション拠点化も可能だという回答があった。保護者が働くための部屋などに充てられる建屋があり、行政担当者との十分な意思疎通を行うことができれば、公的施設であっても条例改正まで踏み込む必要もなく実施は可能という見解だった。ただ、そうした施設は山奥になるので、インターネット環境の整備が必要になる。子どもが「適当」に森林で遊んでいるあいだに保護者が仕事をするというモデルを考えると、「適当」に遊ばせることができるかというのがハードルになる。この点、キャンプ場などとは異なり、森林体験を指導できるプロの職員が常駐しているというメリットは大きい。体験指導者がいて学びの場として責任を持って子どもを引き受けることができれば、あとは保護者が仕事をするための設備環境の整備だけである。人手不足から週1回プレーパークを開催するのが精一杯で、ワデュケーションをプログラムとしては打ち出していない別の事業者も、すでに自由に使える空間が施設内にあり Wi-Fi も整備されているのでワデュケーションは可能とのことだった。しかし、そうした広報をしていないこともあって、実際に施設をワデュケーション利用している人はまだ見たことがないという状況である。

各地にある青少年教育施設や自然体験学習施設などは、1970～80年代に建設されたものも多く、施設の老朽化が進んでおり、新たな価値を打ち出さないと立ち行かなくなると危機感を持つ受託運営者もいる。インターネット回線が来っていない、セキュリティ上の問題で利用者に Wi-Fi を開放できない、分散型の施設で中央棟がない、麓からのネット回線の工事をするると相当な予算がかかる、などのハードルを抱える施設もある。パーク PFI⁶⁸など、公的なインフラの上で民間事業者が新しい事業を仕掛ける動きが全国で実験的に始まっていることもあり、こうしたスキームの利用や条例改正なども視野に入れながら、ワデュケーションサービスをはじめとした新たなサービス実現のための投資を官民が協調して検討していくことが必要になろう。しかし、教育委員会

⁶⁸ PFI（Private Finance Initiative）とは、公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う新しい手法である。都市公園の利用管理においてすでに多数の導入実績がある。

の影響力が強い公営青少年教育施設では、民間活力は出しにくいというコメントもあった。指定管理者としていろいろな提案をしているものの、そうしたところではワデュケーションサービスなどの新たなサービスの展開は簡単ではないようだ。

3.4 森林空間を活用した社員研修などの新しい試み

森林空間を活用した成人向け教育プログラムは、集団でのエクササイズを通じたチームビルディングを中心とする社員研修のような以前から見られるスタイルのものだけではなく、「企業の森」の整備など社員研修を兼ねた CSR 活動や新鮮な環境で仕事をすることで新たな気づきや発想を得るキャンピングオフィス、事業の原点を見つめなおしこれからのビジネスの方向性について考えるエグゼクティブ向けの個人リトリート、個人が生き方そのものを見つめなおす個人リトリートなど新しいかたちのサービスも増えている。これらは必ずしも森林環境教育を主眼にしているプログラムばかりではない。あくまで自然の中で新しい働き方を提案したり、森林で振り返りと気づきの機会を提供したりするのが目的で、森林体験に特化することを目的としていないものも多い。

3.4.1 キャンピングオフィス

部分的に研修プログラムを取り入れることはあるものの、むしろ新鮮な森林環境の中でミーティングなどの業務をすることを主眼としたキャンピングオフィスの需要が伸びている。ある事業者⁶⁹はチームビルディング、新鮮な環境での業務体験、コミュニケーション促進の観点から、グループでのテント設営、アウトドア会議、夕食協働準備、「焚火トーク」を必須活動として位置付けている。新鮮な環境を提供して五感を刺激するため、夏はタープの日除けの中で気持ちよく風を感じながら、冬季であればあえて雪の中、シェルターの中にストーブを入れて暖かいところで会議をしたり、雨の日には雨音を聞きながら会議をしたりといった提案を積極的に行っている。最初はあまり乗り気でなかった参加者も、体験後は、楽しかった、新しい意見が出たとほとんどが好意的な反応で占められるという。

森でのプログラムを2、3時間実施した後、心が開いた状態で、午後のセッションは人事部長による人事講座や後期の経営計画を見直すというような、顧客のニーズに合わせた柔軟な構成を取ることでもある。チームとは何か、コミュニケーションとは何かということを森林の中で体感した直後なので身も心もリフレッシュされ、いいアイデアが出たり、お互いの意見や思いをどんどん吸収する雰囲気ができたりしているという。

3.4.2 森づくり活動などの CSR 活動を兼ねた研修

森づくり活動を社外的には CSR 活動の一つとして、社内的には持続可能なビジネスを目指す社内理念の浸透や効果的な新入社員研修として活用している例もある⁷⁰。就職活動の場でも、森づくり活動は学生たちからの受けがいいという。企業の森づくり活動というと CSR 的な意味合いが強いが、社員の社内融和や心身の健康管理にも役立っている。森づくり活動に参加することで他部署間、多世代間での交流が円滑になる。社内では会話をする機会が少ない若手社員と幹部社員も、

⁶⁹ スノーピークビジネスソリューションズ（愛知県岡崎市）。

⁷⁰ 7年目を迎えた伊藤忠建材のブナの森づくり (<https://www.alterna.co.jp/28380/>)

森づくりの現場では同じ立場で気軽に話することができる。新入社員にとっては、同期社員との親交を温める場としても役立っている。4月に入社し研修を終え各所属部署に配属された数カ月後に1泊2日の植樹活動で再び顔を合わせることで、配属先での悩みを共有することもできる。また自然に囲まれた環境で身体を動かし、語り合えることは、心身のバランスにとってもいい影響を与えるという。

3.4.3 経営者層を対象とした個人リトリート

主に中小企業やベンチャー企業の経営者を対象にした個人リトリートに特化した事業者もある⁷¹。この事業者は完全に自然と自分だけという環境、参加者が長時間安心して森林とつながることができる機会のみを2泊3日で提供している。参加者が自分の内側に語り掛け自分で気付くよう、恣意的なアプローチは一切しない。森林で一人になることぐらい誰でもできると思いがちだが、一人で森に入ると食事やテントの準備などを全部自分でしなければならない。食事、寝床、雨といったさまざまなことが気になりだすと森林にたたずんでいても落ち着かなかったり怖くなってきたりしてしまうものだ。そうしたことに気を取られなくて済み、安心感を与える場だけを徹底的にそぎ落として提供している。参加者の多くは自分自身を見直したり、起業したときの思いや事業の根幹を見直したりしたいという動機でリトリートに参加する。雨の中カップを着て何時間も森の中にたたずんだり、ほかの参加者や主催者側のスタッフ⁷²と一緒にたき火にあたったりしながら、自分のペースで言葉を紡ぐ。森の中でたき火を囲むと不思議と皆、心がほぐれてくる。普段弱いところを人に見せられない、よろいを着て立ち振る舞わざるを得ない経営者も心がほぐれ、普段話したらはばかれるようなことも言えてしまうような安心できる雰囲気生まれるのは、森の力だという。日頃思っているも言えなかったことをつい言ってしまったと一緒に参加した役員に言われ、それだけで「すごく価値があった」という経営者もいる。社長に嫌々連れてこられた役員が、2泊3日のプログラム後にすっかり満足して帰っていくといったケースも珍しくないという。そうした事業の目的、言い換えれば原点につながりなおす価値がこれからの企業経営においてはますます大きくなるし、そこが利用者に高く評価されているという。この事業者は少し異色で、あえて事業計画を立てず「森のように」自然体でビジネスに臨んでいる。社内では「目指す」という言葉があまり使われないという。

3.4.4 生き方を見つめなおす個人リトリート

一人で森と向かい合い、今向き合っていたことや見つめなおしたいことを内省したり、同じ場に参加した仲間との対話を通じて気づきや洞察を得たりするための、「人生」そのものをテーマとした個人向けのリトリートも上記の事業者によって提供されている。見ず知らずの今日初めて会った誰かがたき火を囲みながら言った言葉が胸に刺さって、それがその人にとっての森林での体験を深化してくれることもあるという。また自然にどっぷりとつかうための個人向けのプログラムを提供している事業者もある⁷³。自分でナイフを作って鹿を解体するなど、すべて自分で一からやるプロセスを体験してもらうことを重視している。別の事業者は地域住民に講師を依頼し

⁷¹ 株式会社森へ（神奈川県横浜市）。<https://morie.co.jp/>

⁷² 自分で考えて行動する能力を対話の中から引き出すコーチングの能力を持つプロのスタッフが多いが、あえてコーチングはしないという。

⁷³ morinos（岐阜県美濃市）。

て鹿をさばいたり、ワサビを採りに行ったり、魚を釣ったり、そばを打ったりなど、山村での暮らしが体験できるプログラムを提供している⁷⁴。

3.4.5 森林を利用したビジネスマッチング

研修事業だけではなく、行政の依頼でアイデアソン⁷⁵やハッカソン⁷⁶のようなイベント企画に乗り出している事業者もある⁷⁷。自然空間を使ったまちおこしやビジネスマッチングイベントの問い合わせは増えているという。いろいろな企業を誘致して新しいかたちのワーケーション振興ができないかとか、アウトドアでまちづくりをしたいとか、キャンプ場を振興したいとか、働くという切り口から、いろいろな企業をアウトドアに引き付けたいという具体的な要望が寄せられている。また社員とキャンプを一緒にしようというイベントや経営者向けの将来展望を共有するキャンプを定期的に提供したり、コワーキングスペース⁷⁸を運営していろいろな企業が寄ってくる場所をセッティングしたりしてつながりを作っている。そうした場で企業と企業が出会ったり、新しく面白いコラボレーションにつながったりすることが評価されている。

⁷⁴ 一般社団法人 森と未来。 <https://www.fwithf.org/>

⁷⁵ アイデアソンとは、アイデアとマラソンを掛け合わせた造語で、ある特定のテーマについて多様性のあるメンバーが集まり、対話を通じて、新たなアイデア創出やアクションプラン、ビジネスモデルの構築などを短期間で行うイベントのことを指す。

⁷⁶ ハッカソンとは、ハック（Hack）とマラソンを掛け合わせた造語である。エンジニア、デザイナー、プランナー、マーケティング担当者などがチームを作り、技術やアイデアを持ち寄ってサービスやシステムなどを開発するイベントを指す。「ハック」「ハッカー」といった語は、日本ではネガティブなイメージで捉えられることも多いが、元来、物事をブラッシュアップしていくという意味合いを持つ。

⁷⁷ スノーピークビジネスソリューションズ（愛知県岡崎市）。

⁷⁸ コワーキングスペースとは「Co」（共同の、共通の）と「work」（働く）の造語から名付けられたもので、様々なバックグラウンドを持つ人々が共に働くスペースとしてデザインされている空間のことである。利用者同士の交流やコミュニティ醸成が重視され、異業種同士、起業家同士、フリーランスと会社員など、多様なアイデアを持った人々が、自然に交じり合う仕組みが用意されている場合が多い。

第4章 SDGs 時代に対応する森林空間を活用した教育の在り方

4.1 森林環境教育を地域内で有機的につなげる仕組み

調査を通して、地域で複数の関係者が連携、協力することにより、様々な課題を克服し、子どもの発達段階に応じた切れ目ない森林環境教育を提供する動きが確認できた。そうした動きの核となるアクターには、一定の傾向がある。ここでは(1)自然学校主導型、(2)森のようちえん主導型、(3)地場林業関係者主導型の3つに類型化し、森林環境教育を地域内で有機的につなげる優良事例を紹介する。

4.1.1 自然学校⁷⁹主導型

西村(2013)によると、自然学校には「子どもたちへの教育のあり方の問い直し、悪化しつつある地球環境をはじめとする人類社会の持続可能性への危機感、地方の過疎化と都会への人口集中などを背景として日本各地に成立してきた」という歴史があり、自然学校の取組は従来の教育や学習の在り方、地球や地域の持続可能性、地域が抱える課題を見つめなおすことに必然的につながる。自然学校は、①高いコミュニケーションスキルを持つ、②機動力のあるチームとネットワークを持つ、③社会課題に対応するミッションを持つという強みを持ち(増田:2018)、地域に根差して活動している。従来、自然体験活動を通して環境教育や青少年育成を行うことを主目的としてきた自然学校だが、近年では地域の側から教育を核とした地域振興の中核的存在として期待され、その役割が高まっている。

ここでは、2つの事例を紹介する。一つは、「場」「プログラム」「指導者」という森林環境教育に必要な3要素を併せ持つ自然学校が、その利点を生かして地域一丸となった教育立村の核となるケースである。もう一つは、行政機関として民間企業ではカバーできない層や社会的必要性のある層をターゲットとすることを明確に打ち出し、リーチの拡大や社会的な意義が強い活動の推進を目指して実験的な試みを進めている森林総合教育センターである。30~40年もの活動の積み上げに支えられ、もはや「よそ者」ではなく、地域のステークホルダーの一員として自治体の地域振興政策にも直接関わり、リーダーシップを発揮している自然学校もある。職員を20人程度雇用している自然学校の場合、地元的には「大企業」でもある。また指定管理者・受託運営者として青少年教育施設や自然体験学習施設などを管理運営することを通じて、国公立施設の改革にも乗り出すものもある。

(1) 自然学校を核とした「教育立村」：グリーンウッド自然体験教育センター(長野県^{やすおか}泰阜村)

長野県泰阜村で1993年にその前身団体が設立され活動を開始した特定非営利活動法人グリーンウッド自然体験教育センター(以下「グリーンウッド」という。)は、暮らしの学校「だいだらぼっち」(山村留学)や「信州こども山賊キャンプ」、週末自然学校「あんじゃね学校」、子ども放課後預かり「いってきました」、森のようちえん「あんじゃねっこ(泰阜村対象)、まめぼっち(都市部対象)」など多彩な体験教育を地域住民との協働のもとに企画・実施し、今では教育立村の核となっている。

⁷⁹ 自然学校は、民間団体によって運営されるものに限らない。西村(2013)が指摘するように、公立の青少年教育施設や自然体験関連施設、大学や学校が地域社会とのつながりのために開設したものなど、多様な形態のものを含む。

「だいだらぼっち」では全国から 20 人ほどの子どもが毎年集い、1 年間の共同生活を営みつつ村の小中学校へ通う山村留学を受け入れている。子どもたちが食事や風呂たき、掃除、洗濯など暮らしの一切を自分たちで手掛けていく。「元山村留学生」が、かつて暮らした泰阜村に戻ってきて定住する「S ターン」⁸⁰現象が起こるという影響をもたらしている。グリーンウッドは彼らが卒業した後も関係性をつなぐ活動が続けているが、泰阜村側も元留学生を村の成人式に招くなど、積極的に交流が続けている。

この山村留学は、実は赤字が宿命的な不採算事業である。安易に補助金や受託金を受けてそれに頼らなければ経営できなくなることを危惧したグリーンウッドは、事業収入を増やして山村留学の赤字を補填した。事業の核となったのが 3 泊から最長 2 週間夏休みに都会の子どもを受け入れる「信州子ども山賊キャンプ」だった。人口 1,600 人ほどの村に、ひと夏で子ども 1,000 人、青年ボランティア 300 人が集う⁸¹ほどに「山賊キャンプ」は成長した。

こうした活動が村に受け入れられ、プログラムの質的、量的向上の転機となったのは、1999 年に文部科学省と農林水産省連携事業である「子ども長期自然体験村」事業を村人による実行委員会で受け入れたことである。都会から 22 人の子どもを 2 週間にわたり受け入れるキャンプであり、グリーンウッドは実行委員会の事務局としての役割を担った。キャンプの受け入れは準備から終了まで半年以上かかるもので、グリーンウッドは泰阜村ならではの教育的なプログラムにするために、村の人と議論しながらそれまで培ってきた実践のノウハウを提供した。都市部への広報、ホームページでの情報発信、保護者との契約、事前説明会、ボランティアリーダーの養成、効果的なプレスリリースなどにもグリーンウッドのノウハウが活用され、村の人たちから高く評価された。村の人々は、ブルーベリー収穫体験、牧場の勤労体験、郷土料理体験、ホームステイ、炭焼き体験などの講師・指導者として活躍した。教育委員会は、地域の人々のコーディネートと、文部科学省との事務的な折衝、会計管理などを受け持った。グリーンウッドに収益と呼べるほどの実入りはなかったが、村や集落内にグリーンウッドの理念を理解する良好な人間関係が築かれていった。

グリーンウッドの辻代表は、「欧米に追い付け追い越せ」という戦後教育は、「都市に追い付け追い越せ」という意識をも村の人たちに強烈に植え付けてきたと語る。そのような中で、村の人たちは自分の村が持つ教育力を無意識のうちに否定し、自分たちの子どもを都市部に送り出してきたという。言い換えれば村で教育を受ければ受けるほど、この村に戻ってこない若者を増やしてきたことになる。都市部から村を訪れる子どもや若者たちが、村の自然や営みを前に嬉々としている姿から、村の人たちは村に内在する価値や教育力を再認識させられることになった。根本的な矛盾に気付いた村の人たちは村の子どもたちを対象とする教育活動である週末自然学校「あんじゃね自然学校」をグリーンウッドと共同で立ち上げた。また「あんじゃね自然学校」を支える大人が学ぶ場である「あんじゃね支援学校」も、村長を筆頭に小中学校、小中保 PTA、保育園、役場、青年団、村内 NPO、農家、猟師、議会、陶芸家、炭焼き職人、読み聞かせクラブなど村内の大人が構成員となって立ち上げられた。教育を自分たちの手に取り戻そうとする小さな

⁸⁰ ここで言う「S ターン」とは、グリーンウッド代表の辻氏による造語。都会に帰って社会に出た「元山村留学生」が、かつて暮らした泰阜村に戻ってきて定住すること。より一般的な S ターンの定義である「起業や開業をなす上で必要とされる過程をより適した地域で行い、起業や開業を実現するのに適した最終目的地を目指してステップアップしていく移住」を意味するわけではない。

⁸¹ コロナ禍以前の数字、2020 年はキャンプが中止となった。

動きから、本質的な教育改革が始まったという。

村のいいところをきちんと子どもたちに教えてこなかったという反省から、村の子どもたちの学びを支えることを通して大人が学んでいくような場を3カ月に1回くらい開催したところ大きな反響があった。地域の教育の在り方を、地域の人たちが考え、行動するために、メンバーは業種や役職といった壁を越えて、自分ができることを会議に持ち寄っている。

小学生対象の「あんじゃね自然学校」をどうするかという議論は、幼児や中学生に対して何ができるかという動きに拡大していった。また村への移住を促進するには、まずは村に住む子育て層が人もうらやむ山村暮らしをすることが必要だと住民自身が考え、「泰阜村の暮らしを楽しむ“てまひま”」を発足させた。ミソづくりを楽しむなど、毎月のように村の子育て層が自主的に遊びながら学んでいる。

「あんじゃね支援学校」はさらに進化し、村の子どもの放課後の体験活動を支えることにも着手している。小さな村では学校から家に帰ると集落内に子どもが自分一人ということが珍しくない。遊ぶ相手が近所にいない子どもたちを放課後預かって、村の自然や文化を体験し、楽しみ学ぶ子ども放課後預かり「いってきました」も実施されている。

グリーンウッドは、教員志望者に1年間の学びの場を提供し、教員を育てる活動である「教員養成プロジェクト」も実施している。参加者は、「だいたらぼっち」（山村留学）の子どもと一緒に暮らしながら教員に必要なものを丁寧に学んでいく。「子どもの未来を考え抜こうとする大人はみな良質な教員だ。教員養成を大学だけが行うことこそ、すでに時代遅れだ」と辻代表は言う。

村外のいくつかの大学も泰阜村全体が持つ教育の力に注目し始めている。村の教育力を高等教育にも活用しようと、村のNPO、村民、行政、大学、報道機関などが力を合わせて「泰阜ひとねる大学推進チーム」が発足し、もう5年になる。「信州こども山賊キャンプ」へのボランティア参加を、正規授業として設定し、単位を付与する大学が増え、大学の正規授業の一部として参加する学生は100人を数えるようになった。大学生のインターンシップを泰阜村役場で2週間受け入れるなどの活動も実施されている。以前はこんな小さな村で4年制の大学をつくるなんて誰も相手にしてくれなかったが、コロナ禍で全国どこでもどこからでもオンラインで学べることが分かり、そんな常識は打ち破られた。村に大学の小さなキャンパスを誘致したい、と辻代表は言う。

意識変革は教育にとどまらず、村の人たちが何事も自ら行動を起こすようになったという。有志が民泊を進める「グリーンツーリズム研究会」や農家レストランが運営されるようになり、村の野菜をインターネットで売る産直組合が現れ、撤退した民間のガソリンスタンドも村民に引き継がれた。

グリーンウッドは地域に根差し、地域と支え合い、地域のアクターをつなげ、「教育の自己決定権」を地域に取り戻すという地域再生のまさに核になっている⁸²。

⁸² この項は、辻（2011、2020）、辻代表に対する聞き取りに基づく。

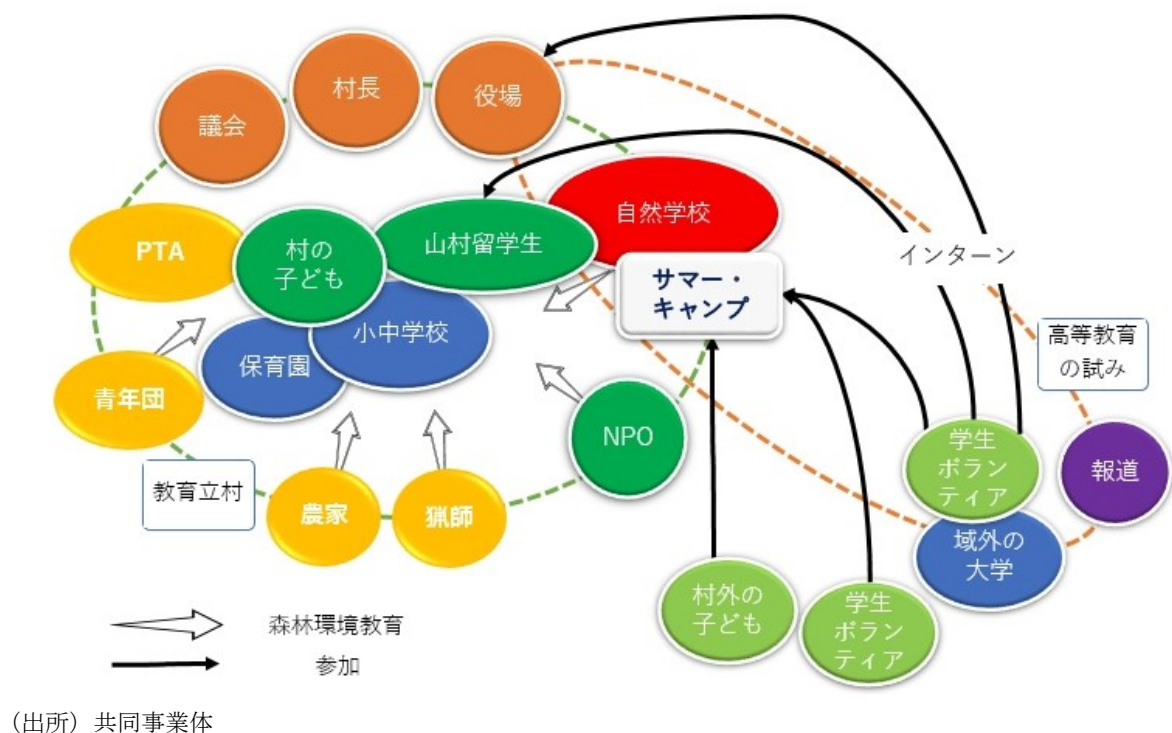


図 1.4.1 自然学校を核とした教育立村のイメージ

4.1.2 人と人をつなぎ森林体験を届ける公的セクター主導型

(1) 公的教育機関の強みを生かした実験的な試み：岐阜県立森林文化アカデミー 森林総合教育センター（岐阜県美濃市）

岐阜県立森林文化アカデミーの一部門として 2020 年 7 月に開設された森林総合教育センター「morinos（モリノス）」（以下、「morinos」という。）は、森林文化アカデミーが 20 年間実施してきた生涯学習を拡充し「ぎふ木育 30 年ビジョン」を達成するための施設として誕生した「森林環境教育の実験場」である。

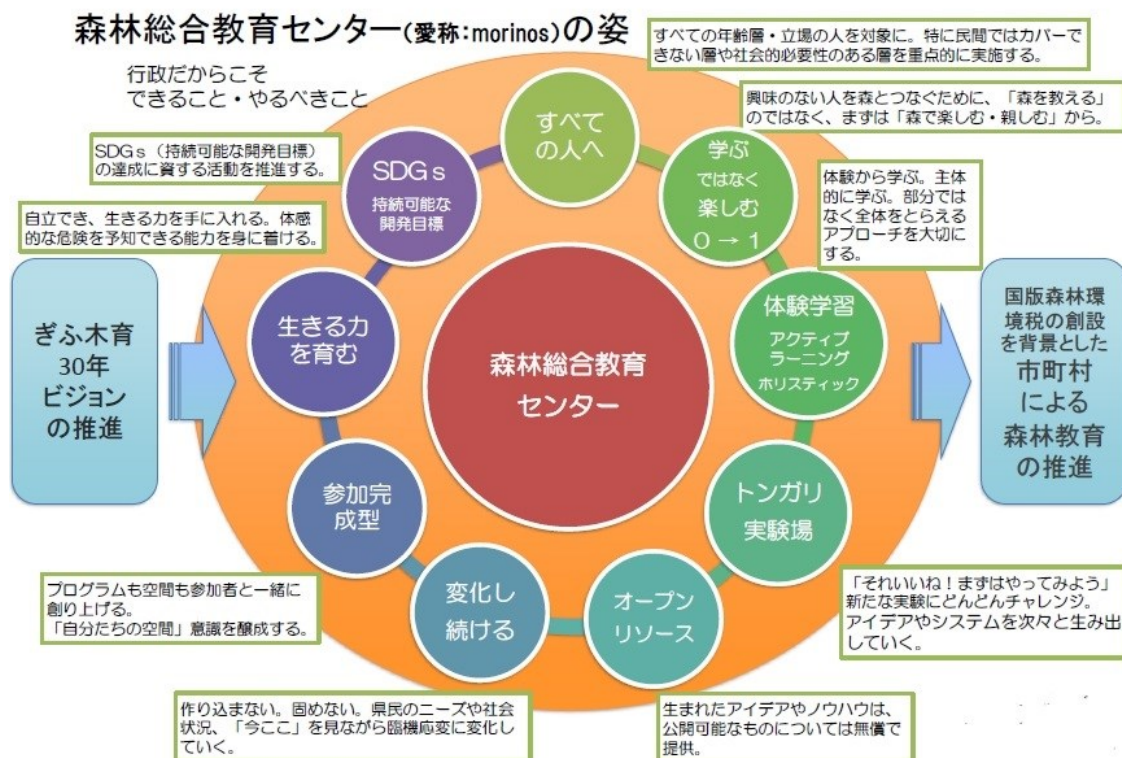
運営の一部は、ホールアース自然学校に委託されている⁸³。民間のノウハウと、アカデミー 20 年間のノウハウとが「混ざり合い」、意見や技術を交換し合いながら、「行政だからできること・すべきこと」を追求している。

森林文化アカデミー開校時に掲げられたコンセプトは地方自治型自由学校。文部科学省の管轄下にある一般の学校と異なり、アカデミーは岐阜県林政部の一部署に位置付けられている。教員と学生が 1 対 4 という「少人数教育」と「現地現物主義」を学びの特徴として、時代のニーズに合わせた柔軟な教育を展開してきた。2 年間の実践教育を通して、森から始まる持続可能な暮らしを提案していける人材を、林業、木造建築、木工、森林環境教育の各分野において育成し、卒業生は県内のみならず全国で活躍している。33 ヘクタールの演習林が隣接する敷地内では、伐採・製材・乾燥・加工・利用まで「森林から暮らしへ」のすべての流れが歩ける範囲で体感できる。恵まれた環境の中、専修学校と生涯学習、事業者向けの研修や研究所など多様な機能が重なり合い、複合的に人材を育成できる国内でも唯一無二の人材育成機関である。

⁸³2020 年度現在

新設された morinos は森林環境教育を専攻する学生の「リアルな」実習現場でもあり、利用者を対象とした実践授業が日々行われている。morinos は、公と民の特性を使い分け「県主催事業」「民間団体との連携事業」「委託事業」を3つの異なる体制で運営している。例えば県主催事業では、行政機関として特に民間企業ではカバーできない層や社会的必要性のある層をターゲットにしている。連携事業や民間委託事業では、次々と実験や挑戦に取り組み「他に真似される存在」となることを目指している。森と人をつなぐための様々な切り口を創出し、裾野を広げている。

失敗を恐れず、面白いと思えることにどんどん挑戦していく実験的な運営が許されているのは、公営の学校を母体に行っていることの強みである。そうした姿勢が、「すべての人へ」「学ぶではなく楽しむ」「トンガリ実験場」「オープンリソース」「変化し続ける」「参加完成型」といったミッション（図 1.4.2）に現れ、市民協働型で柔軟なプログラムの実施を可能にしている。



（出典）：森林総合教育センター（愛称 morinos）基本方針概略版

図 1.4.2 森林総合センターのミッション

morinos には「こんなことをやってみたい」という企画が地域の人から持ち掛けられる。「人形劇をやってみよう」という相談があれば「森の中でやったら?」と逆に持ち掛け、一緒になって「森と人をつなぐ」ための新たなプログラムを生み出す。

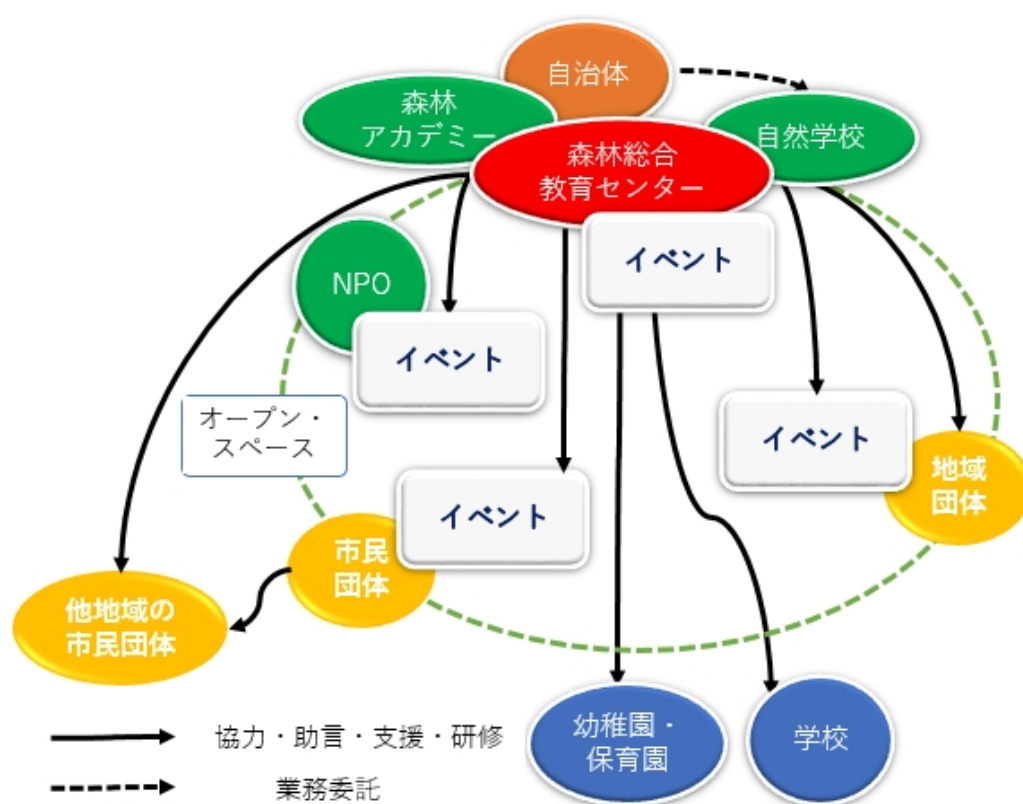
子どもたちを遊ばせるプレーパークを始めたいという保護者には、morinos が講師を紹介し、場所の提供や運営のアドバイスもする。森を舞台に県民の自己実現を応援すると同時に、行政や民間の委託業者だけではこれまで手の届かなかった層にも働き掛けることができる。市民参画型で、

楽しみながら自分たちの手で新しい価値観や社会をつくっている。

morinos の主催事業と、連携・委託事業の割合は、半々ぐらいになっている。行政だからこそできる活動と、住民参加型で小回りの利く活動は違うのでうまく使い分けている。

NPO、近隣のお母さんたち、アカデミーの学生など連携団体は多種多様だ。参加者がここで森の楽しさを体験し、「これなら自分の地域でもできそうだ！」と、morinos のサテライト的な「場」が県内各地に広がっていくことを狙っている。

以上のように morinos は、行政や民間がプログラムや空間を作り込んで一方的に提供するのではなく、市民と「楽しみながら学びながら一緒につくる」セルフビルド型の「森と人をつなぐ」コミュニティである。森林環境教育や森林空間活用を広める、「学び」や「人づくり」の新たなモデルの一つだ。



(出所) 共同事業体

図 1.4.3 すべての人に森林体験を届ける公的セクターのイメージ

4.1.3 森のようちえん主導型

2.1 でも論じたように、森のようちえんの魅力が移住者を引き付け、移住者同士、移住者と地元の人がつながる新しいコミュニティを創出している。2020 年の新型コロナウイルス感染症の流行拡大以降テレワークが IT 業界以外の労働者にとっても身近になったこともあり、大都市から地方への移住の動きが強まっており、森のようちえんを中心とした移住者と地元の人との協創をベースとした新しいかたちでの地域社会の創生を加速している。移住振興の現状については、4.2.2 でより詳しく述べるが、例えば保護者が立ち上げた会が新規移住希望者の相談に乗ったり、大学の研究とタイアップして羊を使った休耕田の再生に取り組んだり、芸大生と共同でバス停アートを

仕掛けたりと地域全体を盛り上げている園もある（高遠第2・第3保育園＜長野県伊那市＞）。

また森のようちえんを卒園した後も、子どもに伸び伸びとした教育を受けさせたいと保護者が考えることは自然な流れであろう。長野県軽井沢市の風越学園や長野県佐久穂町の大日向小学校など、小学校年代での新しい自由教育の試みも多くの移住者を引き付けている。

ここでは「ようちえんが真ん中の村」構想を打ち出し、コミュニティ作りの拠点としてこども園を運営しようという試みや「子育ての喜びをお母さんに取り戻そう」とまず保護者に寄り添い、森のようちえんを中心とした育児コミュニティを創出する動きについて紹介する。

（1）0歳から100歳をつなぐコミュニティ作り：森のようちえん ちいろば（長野県佐久穂町）

子どもたちは真っすぐに「ワクワクすることに今すぐ挑戦したい！」というエネルギーに満ちあふれている。常に自然体で、無条件に人を愛する心を持っている。大人も、子どもたちが真ん中にいることでこうした「子ども心」を思い出すことができる。「ここに来て本当に息がしやすくなった」「ありのままの自分でいられる」と都市部から移住してきた保護者は言う。子どもの数が少なく、一軒一軒の距離も離れているのに、逆にこちらの方が都市にいるより親密なコミュニケーションができると実感する人は多いという。

2012年に設立された「森のようちえん ちいろば」（以下「ちいろば」という。）では、0歳から100歳までのすべての人たちが「子ども心」を持って自分たちの村を作り上げていく、「森のようちえんを中心とした村づくり」構想を掲げている。森のようちえん周辺に何らかのコミュニティが生まれれば、保護者がそこで新しい事業を生み出したり、子育て支援の機能を強化できたりする。家族が自己実現できたり、ほかの家族と交流できたりする場があれば、多くの人を引き付けられるのではないかと、保育という狭い世界では考えず、保護者もスタッフも人間関係が築ける場所を作りたいと内保代表^{ないほ}は言う。この動きの起爆剤になったのは、保育無償化対象園化を見据えた新園舎建設構想である。新園舎の計画づくりに保護者を巻き込み、保護者が実行委員として関わりながらクラウドファンディングを呼び掛けた。そうした試みが村内外の320人を超える人々に支持され、670万円を超える寄付金を集めた。

移住者の中には、あまり見かけない職業に就いている人や特殊な技能を持っている人も多い。東京の方が人口はずっと多いはずなのに、不思議と東京では出会えなかった、今まで絶対に語り合ったことがなかったような人と出会えるという。一人一人と対話するとみんなすごい能力を持っているが、それをどういうふうに使ったらいいのかわからなかったり、経済的な問題などで、一人ではなかなかそれをかたちにできなかったりする。心まで入り込めるようなコミュニケーションがとりやすい場所で、移住者らの能力をコミュニティで生かしてもらい、新しい文化を生み出す流れを村に作る仕組みを整える。その先にワクワクする企画があると、みんなぜひ力を貸したいと関与するようになるということが、新園舎建設計画の進展とともに明らかになったという。「ちいろば」では、子ども園として認定された後、保護者発信・地域発信で様々なプロジェクトが生まれてくることを目指している。「園庭にハーブ園を作る」「森の中でオープンカフェを開いて地域の人たちの交流の場にする」「訪問者が宿泊できる山小屋を造る」「大人も子どもも自分を表現できるアトリエを建てる」「満天の星空の下で映画鑑賞会をする」「たき火を囲んで語る会をする」「音楽フェスを開催する」などの自由な企画提案を歓迎している。園舎の中に子どもも大人もすべての人たちが夢を語り合える場所「かたりば」を作り、お酒を交えながらとことん語り合う場として、夢を具体的にするためのミーティングや作業を行う場として、コンサー

ト・上映会・研修会・講演会などに使用する場として、大人も子どもも交ざり合い、これから起こるたくさんの“ワクワク”を語り合うための場所にしたいという。

これまで月に1回程度、東京・神奈川・群馬などでこれからの夢を語り合う「村民会議」を開催したり、首都圏での「かたりば」を2カ月に1回開催したりして、その反響から関係人口も増えているという。クラウドファンディングが成功したのも、こうした人と人をつなげる地道な活動の成果が大きいだろう。興味を持ってくれる人や共感してくれる人が多く、自分たちのやろうとしていることが世間一般にも受け入れられるという自信になったという。

保護者だけではなく、保育士も個人としてコミュニティに貢献できるように、給与体系の中に自己実現のチャレンジ制度を整え、時間とお金を園が支援する計画もあるという。子ども園認定化を通じた経営基盤の強化もそうした思いから進められている。

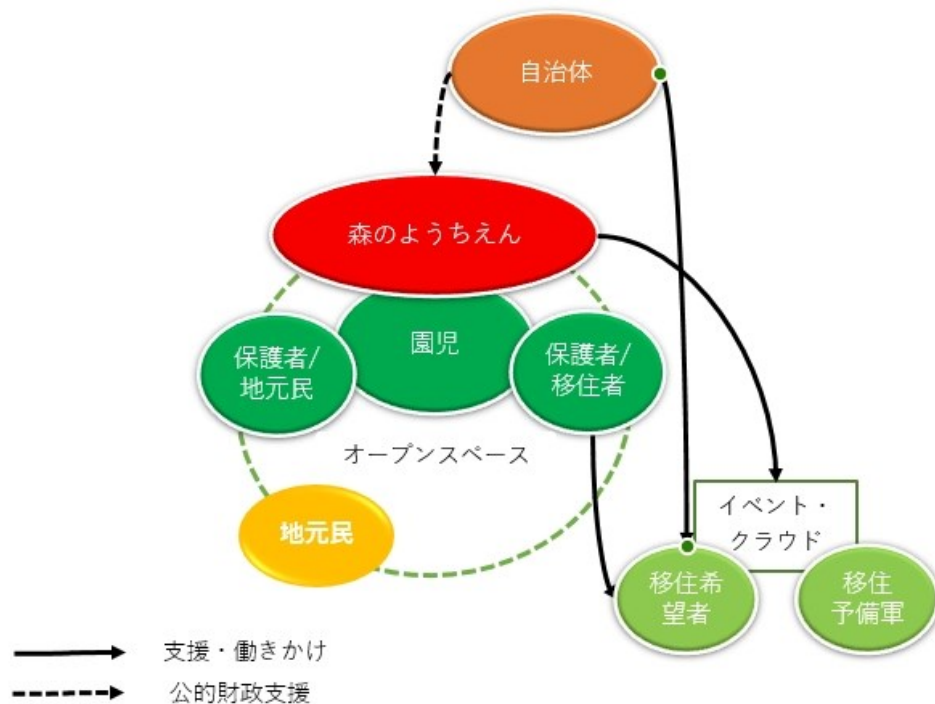
子どもが地域に受け入れられることを通じて保護者が地域に受け入れられることも多いので、移住者にとって地域に受け入れられる入り口としての「ちいろば」の存在感は大きい。家を探したいとか、どういうネットワークに入ればいいのかという相談も多く受ける。近隣に別荘地があり、別荘を手放したいという団塊世代の人も多いため、別荘を紹介すると半分ぐらいはそこに移住してくるという。一般に別荘地では定住者が少なく高齢の人がオーナーということが多いが、「ちいろば」の近くでは、別荘地定住者50世帯中10世帯は若い世代の「ちいろば」関係者になっている。一つの文化がそこに生まれつつある。

保護者の中には、子どもが森で遊ぶことができればそれでいい、「ちいろば」がそこまで成長することは望んでいないという人もいる。だが、こども園として無償化認定されないと、今後経営が厳しくなることが予想されることもあり、経営する側としては園を魅力ある場所にして経営を強化していく必要がある。農地転用で新園舎を建てることになり、農業委員全員の賛成が必要となった際に、良いことをするのだから誰も批判する必要はないだろうと地元の人が支援してくれたことがありがたかったという。最初は、うまくいくわけがないと思われていた中で、それでも8年間継続してやってきたことは、地域の人にも評価されている。まだ多少の偏見はあるかもしれないが、新園舎ができて地域の人が誰でも自由に立ち入れるカフェができるなど、園がさらに地域に開かれれば、より交流や理解も進むと期待しているという。

子どもたちに刺激されて、保護者も地域の大人も森林と向き合い、自分を見つめなおし、互いにつながり、新しい生き方と新しい地域の在り方を考える。「0歳から100歳をつなぐ」にはそんな思いが込められている。

(出典) 森のようちえんで村づくり！0歳から100歳をつなぐ新園舎を創ろう！⁸⁴、内保代表に対する聞き取り。

⁸⁴ <https://camp-fire.jp/projects/219269/preview?token=3v5zx7s5>



(出所) 共同事業体

図 1.4.4 森のようちえんを中心としたコミュニティ作りのイメージ

(2) 子育ての喜びをお母さんに取り戻す育児コミュニティの創出：森のわらべ多治見園（岐阜県多治見市）

家の中で母と子が二人きりで向き合って、夫が帰宅するまで誰とも会話のない毎日の中で、孤独感に押しつぶされそうになりながら過ごしている母親たちは少なくない。園に子どもを預けることで自分の手元から子どもがいなくなり、ほっとするのが正直な気持ちで、子育てが分からないことを理由に、子育てから逃げている。そんな個々の母親の内面へのアプローチを抜きにして育児支援はできない、と森のわらべ多治見園の浅井代表は言う。

今の保育園で一般的に行われている延長保育、一時預かり、産休明け保育、給食の提供、送迎バス、保育所を増やす待機児童対策、幼児教育・保育無償化等の支援は、母親たちの育児と就労を支えるためにももちろん必要だが、これらのサービスだけでは不十分ということである。

2009年に開園した森のわらべ多治見園（以下、「森のわらべ」という。）は、子どもだけを預かって保育をする場ではなく、保護者がしっかり関わるようちえんである。母親が子育てを楽しみと感じられる環境を作り、母親の育ちを支える場を提供するため、「森のわらべ」では、母親たちがつながり合って取り組むクラブ活動や、保育当番、行事の企画などがちりばめられている。母親には月に1～3回ほどスタッフたちと一緒に保育当番に入ることが求められており、それはよその子どものこともかわいい、いとおしいと思える場面に出会う機会づくりとして特に重視されている。保育スタッフやちょっと先を歩いて背中を見せてくれる先輩お母さんの育児を保育現場で体感することで、「母親力」と「人とつながる力」が確実に向上していくという。同じ保育現場を共有しているのに、感じることやアクションは人それぞれであり、そういった体験を繰り返す中で、子どもの行動の意味を知り、わが子だけでなく、仲間の子どもに対してもいとおしさを重

ねていく。森の中で「ダメ・危ない・汚い・早く」の言葉をできるだけ控えながら、「信じて待つ」育児を学んでいくという。感情にはポジティブなものだけでなく、ネガティブなものも含めて様々なものがあり、子どもの感情は裁かれることなく丸ごと受け止められる。それは自分が自分であることを受容される経験となり、自尊感情を高め、子どもの中に自分は愛されているという安心を育むという。お母さんたちが何とかわが子のためにと一生懸命になる、その子どもを思う空気感と密度が子どもを育てるという。保育のプロから見るとお母さんたちがしていることは足りないことだらけだが、プロである必要は全くないと浅井代表は言う。

「森のわらべ」では、いろいろな人がそれぞれの子どもに関わるということが絶対に必要であるという観点から、チーム保育の体制を取り、担任ひとりに全部を任せない仕組みを整えている。

「森のわらべ」の定例会では、母親全員が一人2分ずつ、わが子と自分の近況を報告する。これもチーム保育の一環であり、子どもの様子や、母としての最近の心持ちがどんなものか、皆で共有することに重きを置いているという。

煩わしさが付いて回ることもあるが、仲間と一緒に子育てしていくことの楽しさや面白さ、ありがたさを身をもって感じていく。失敗しても、どんな人であっても、仲間の中で受け止められていく。失敗談を笑い合える人が周りにいて救われるというような体験を通して、母親自身がありのままの自分を自分で受容していくようになるという。よその子なのにわが子のここのようにその感情を受け取り、共感し合える保護者同士の関係性も築かれる。

母親の笑顔が子どもの笑顔につながる、母親の幸せが子どもの幸せにつながるから母親を独りにしない。子育ては一人じゃできない。母親が満たされると子育てもとても楽になる。子どもが落ち着いて手がかからず、家族も仲良く幸せ、という良いサイクルが回りだす。そういったことを当たり前で共有しているのが「森のわらべ」だという。

母親たちは、自分の子育てにどんどんよその人を巻き込んでいい。下の子が病気になったら上の子を仲間に預けたっていい。「預かるよ」という声かけと「助けて」という声かけが、遠慮なく安心してお互いにできる関係性が地域にあることが「森のわらべ」が掲げるコミュニティー育児である。子育てを楽しむ極意は、巻き込んだり、巻き込まれたりしながら、つながり合っていくことであり、送迎をシェアしたり、一緒に休みを過ごすなど、普段からつながり合っていることで、出産前後や、介護などサポートを必要としている母親をみんなで強力に支え合う。

子どもにとっては、いざとなったら保護者以外にも頼れる大人の存在があること、保護者にとっては、子どもの様子を知らせてくれる大人の存在があることが大切である。「森のわらべ」で、保護者同士がつながり合う仕組みをわざわざ作っているのは、卒園後の育児を互いに支え合う関係性を築くためでもある。子どもが保護者から徐々に離れていく思春期にこそ、幼児期から培ってきた親子ともどもの絆が生きるという。

本物の生きる力は家庭で培うものであり、両親に子どもを幸せに育てていく第一の責任があると浅井代表は言う。子育て問題を突き詰めると夫婦の在り方に向き合わざるを得ない。そうしたことから「森のわらべ」では、母親だけでなく父親にも情報を発信している。「父ちゃん会」が組織され、そのミーティングでは父親たちが妻を通して見ている園に対する思いを共有する。先輩のお父さんたちが「森のわらべ」に父親として関わることの意義を語ってくれることもあるという。入園は体験説明会に出ることが条件で、父親にも母親のものとは別に入園願書を書かせる。なぜ「森のわらべ」なのか、入ったらどういう協力をしてくれるのかということも書かせる。父親の理解がなければ入園させないし、託児所的に子どもを預けたい人は願書を出せないようにし

ている。

「森のわらべ」を利用しながら、共働き夫婦が育児と仕事とを両立させるのは、決して楽な選択ではない。保育時間が短い、保育当番やクラブ活動、定例会へ参加を強いられるなど、フルタイムで仕事をしている人には利用しづらい側面もある。それでも手間のかかる園の価値を理解し、ここでなければという保護者は多い。森のわらべは4、5歳児対象の森のようちえん、0～3歳が対象で親子参加が条件の「親子組」のほか、2019年からは小学生年代を対象としたオルタナティブスクールである「大地組」も開設し、発達段階に応じた伸びやかな学びを提供する範囲を広げている。

「森のわらべ」は経営も秀逸である。スタッフが子育てや介護など家庭の事情に対応できるように、サポートスタッフ（卒園児の保護者）やボランティアスタッフを入れてスタッフの数を多くしている。また保護者が保育当番で入り、現場で子育てを学ぶので、子どもが卒園するころになるとスタッフ並みの能力を持つようになる。その保護者をスタッフに登用している。スタッフ確保に苦労している園も多い中、保育コミュニティをつくりながら同時に人材も確保しているのである。保護者が保育当番として入る場合は無償で、有償スタッフでも子どもが「森のわらべ」に通っていれば、その間は週に1回は保育当番扱いとなり、その分に関しては無償になる。こうした工夫で人件費を下げ、全部有償のスタッフで回そうとすれば月額6万～7万円という保育料になってしまうところを4万8,000円（保育無償化対象世帯は実費負担1万円）に抑えている。

2020年10月から、「森のわらべ」も保育料無償化の対象となった。その影響で園児の母親たちが働きに出ることが増えた。子育ての喜びを母親に取り戻そうというコンセプトの園が、無償化認定を受けるために母親が働きに出て子どもとの関わりが減るのは推奨できないということもあり、「森のわらべ」では、母親たちにできる範囲で個人事業主として起業し、社会とつながり接点を持っていくことを、起業セミナーを提供しながら推奨している。個人事業主として開業し保育認定を受けつつも、専業主婦だった母親たちが、どう起業して世の中と関わりながら自分と世の中を幸せにしていけるか考え出したことに意味があると浅井代表は言う。こうした姿勢もコミュニティ育児を核とし、社会そのものの変革を希求する「森のわらべ」らしい。

（出典）：浅井（2019）、浅井代表に対する聞き取り。

4.1.4 地場林産業主導型

（1）地域子どもたちに対する森林環境教育を可能にするつながり

危機感を持った林業関係者が地域の森林環境教育をけん引しているケースもある。自治体の林務担当部署や林業関係者が主導して、教育長をはじめとした教育委員会にまず話を通し、校長会を通じて学校側に計画を持ち掛けるかたちで複数の自治体において森林環境教育が開始されている。

森林環境教育の重要性は現場の教員も理解しているが、カリキュラムが飽和している現状下で、新しい活動を受け入れるハードルは高い。現場のトップが集まる教務主任会議などで抵抗を受けることも珍しくない。林務担当部署が小中学校に森林環境教育の実施を働き掛けても受け入れられなかったが、教員を指導する立場にある教育委員会の社会教育主事が小中学校に働き掛けた結果、学校の授業の一環として森林環境教育が行えるようになったケースも報告されている。学校が統合されて新しく小中学校ができるというタイミングで、農業など他セクターからの働き掛けに先んじて教育委員会に話を持ち掛けたケースもあった。間伐等の林業体験を実施するためには、

少なくとも半日程度は必要となることが多く、学校からその時間が捻出できないという反応を受けることも珍しくない。そこでまず校長を招待し、森林を案内してプログラムを体験してもらい、理解を取り付けた事例もある。林務担当部署や教育委員会がプログラムの事例集や副教材⁸⁵を準備するなど、学校の負担を軽減するサポートも実施している。

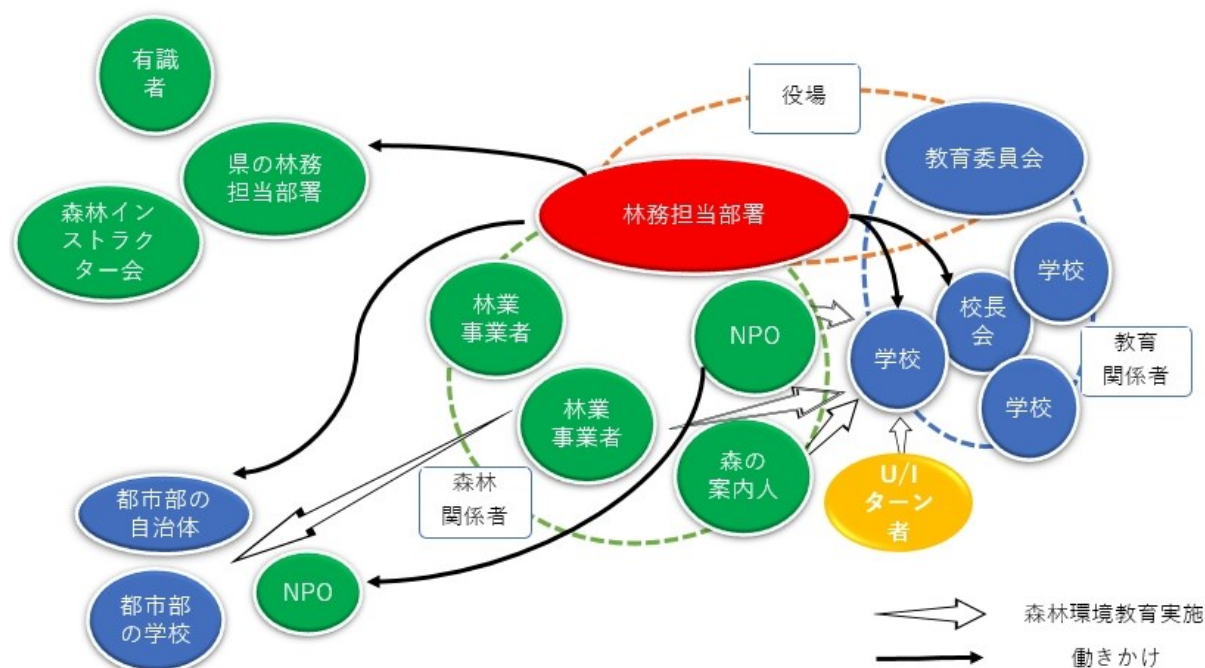
小さな自治体では、役場の職員が部署を超えてお互い顔を知っており、お互いのやっていることが分かるという利点がある。教育委員会に配属される前に林務担当部署にいた職員がいるといったことも珍しくなく、部署間の協力関係が築きやすい。部署間の良好な協力関係のもと、10年近くにわたって森林環境教育を推し進めている自治体では、毎年教育委員会が学校に準備を呼び掛け、各校の意向を尊重しつつも森林環境教育プログラムが減っていかないように働き掛けている。

教育委員会の中でも学校教育の部署ではなく生涯学習の部署が森林環境教育を担当している自治体もある。一般成人向けに「森の案内人」育成講座を実施しつつ、自治体が森の案内人に学校向け森林環境教育プログラムの一部の実施を委託するなど、学校での森林環境教育との連動を図っている。県レベルの森林インストラクター会と連携し、森林環境教育を実施するための人材を確保しているケースも報告されている。

林業関係者の危機感が強い町では、林業関係者からの働き掛けで何とか教育委員会が動くが、教育委員会の協力が得にくい場合には、限界を感じるという。森林NPOの側から教育委員会や教頭をコーディネートして話を通す必要があったり、場合によっては林務担当部署や一部のやる気のある人たちが外から学校を動かしたりすることになる。このNPOは、教育委員会の最も大切な役割は事業の予算化であると割り切り、予算化してNPOに委託してもらいさえすれば、学校との調整だけで森林環境教育が問題なく実施できるという体制を整えている。

森林組合が森林での実習を学校に提供しているケースでも、林務担当部署が力強く活動を主導していることが成功要因になっている。学校との折衝などは林務担当部署が主体となって実施し、森林組合は実習を実施するための実務的な相談を行政から受けて、ボランティアで生徒を受け入れる、というふうに役割を分担している。

⁸⁵ 県の補助金を利用して大学教員に副教材の作成協力を依頼したケースも報告されている。



(出所) 共同事業体

図 1.4.5 地場林産業が主導する森林環境教育振興のイメージ

逆に都市近郊では、地域社会が林業に依存しているわけではなくサラリーマン世帯も多いため、林業を活性化しようという危機感や切迫感がない。地方では過疎化に対する危機感が強く、森林環境教育を一緒にしたいと話を持ち掛ければ協力もしてもらえるが、都市近郊で森林環境教育を実践しても地域の人から好意的な反応があるとは限らない、と都市近郊で活動に取り組む NPO からコメントがあった。

3.2 で紹介した福島県での森林環境教育改革の試みでは、20 年ほど前に自然学校の本部に研修に来た経験のある県職員の発案で、自然学校にコンサルティングを委託して森林と教育事業を結び付ける事業が始まった。プロジェクトには校長会の代表や大学教員のほか、環境教育の第一線で活動してきた専門家や森林組合を統括して新しいビジネスを創出している起業家が参画している。県の森林計画課の事業になるため、教育委員会はこれまでのところ直接評議会に委員として参画しているわけではない。

(2) 都市部の子どもたちに対する森林環境教育を可能にするつながり

自治体が東京の自治体と姉妹都市提携をしていてロータリークラブ同士の交流活動があったことから、ロータリークラブの発案で村内の林業関係者が村外の子どもたちに夏休み期間中森林環境教育を提供している事例も報告されている⁸⁶。森林環境譲与税⁸⁷を利用して、同様の地域のつな

⁸⁶ 同様に東京都世田谷区では、群馬県川場村と相互協力協定（縁組協定）を結び、39 年にわたって区民の「第二のふるさと」づくりを目指した農山村交流を進めている。「健康村里山自然学校」事業では、川場村全体をフィールドに、子どもを含む区民の参加のもと里山の保全を目指している。

<https://www.city.setagaya.lg.jp/mokuji/kusei/012/014/d00004002.html>

⁸⁷ 2019 年 3 月に「森林環境税及び森林環境譲与税に関する法律」が成立した。これにより、「森林環境税」（2024 年度から課税）及び「森林環境譲与税」（2019 年度から譲与）が創設された。「森林環境譲与税」は、喫緊の課題である森林整備に対応するため、市町村や都道府県に対し私有林人工林面積、林業就業者数及び人口によって按分され譲与されている。

がりを生かしながら都市部の子どもたちに森林環境教育が提供できれば、その意義は大きいだろう。この事例では村外の子どもに対するプログラムの実施が発展して、村内の子どもに対しても森林環境教育プログラムを実施することにつながった。

農林漁業体験・宿泊体験の推進のため、内閣官房、総務省、文部科学省、農林水産省、環境省が連携して、「子ども農山漁村交流プロジェクト」が進められており、2泊3日から最大7泊8日まで宿泊を伴う農山漁村体験が実施されている。このプロジェクトでは、森林体験や林業体験がプログラムの一部として組み込まれているケースも多い。

4.1.5 つながる、続けるためのキーポイント

様々なアクターが連携・協働して森林環境教育が実施されており、事業者や関係者の声から見えてくる気づきや課題には共通の傾向がある。ここでは、そうした声から浮かび上がってきた「つながる」「続ける」ためのキーポイントについて紹介する。

つながるためのキーポイント

- 1) 相手の目的・立場に立って考え、課題を聞く
- 2) 人と人をつなげる人の存在
- 3) つながりを促進する柔軟なプログラム
- 4) 積極的な政策への関与
- 5) 民間と行政のマインドの違いを理解する
- 6) 行政内の異なる部署の役割を知り、柔軟に連携する

続けるためのキーポイント

- 1) 継続的に関与し続ける人、熱意を持った人の存在
- 2) 異動への効果的な対処
- 3) 定期的な情報の共有
- 4) 活動資金の継続
- 5) 我慢させない仕組み
- 6) 学びを支える循環
- 7) 地域に根差す

(1) つながるためのキーポイント

1) 相手の目的・立場に立って考え、課題を聞く

学校と関係を築くにしても、地域の人と関係を築くにしても、まずは課題を聞くところから始めることが重要だとの意見があった。関係性を作っていくと相手が困っていることや、やりたいと思っていることは教えてもらえる。こちらが良い森林環境教育プログラムがあるのでぜひやってくださいとお願いしても、先方には先方の事情がある。相手がもう食べられないと言っているのに、おいしい料理だからとか、これは体にいいからと言って押し付けても食べられないのは当たり前だ。森林環境教育を勧めるにしても、先方の負担を増やすようであれば、うんざりされる。3.2で紹介した福島県での森林環境教育改革の試みの事例は、まさに学校側の立場に立った課題認識とその解決が具現化されたものである。

森林環境教育をすでに実施している状況下でも、担当教員の意見を聞きながらプログラムを作成するのはもちろんのこと、学校のやりたいことが優先である。これまで継続的に実施してきた実績があっても、学校側ではやるべきことが増えているため、現場から絶えず抵抗が出る。事例集や授業案を用意し、その中から各学校、各学年の状況に応じて臨機応変に実施してもらうほか

ない。学校がほかにチャレンジしてみたいプログラムがあるときは森林環境教育がなくなる場合もある。例えば学校が地元学を優先しようとなればそれを尊重する。直前になって森林環境教育プログラムを実施したいという連絡が来ることもあるが、丁寧に対応する。日程が細切れになったとしても、こちら側からこうしてくださいというようなかたちにはしない。

学校に出向き、学校の近隣にある森林での教科学習に使えるような場所を見つけて、地権者と交渉して使わせてもらえるようにサポートしている森林総合教育センター(4.1.1(2)参照)もある。森林環境教育に精通した有識者が関わり、安全対策などについて監修することで、学校側も地権者に納得してもらいやすくなる。この森林総合教育センターは森のようちえん的な試みから、森林での教科学習実施、さらには森で行うライトなイベントまで様々な事業を実施しているが、まずはモデル的な取組を試行しながら広報し、同様のことをやりたいと手を挙げたところを個別にサポートしていくかたちをとっている。

刃物産業が地場産業である隣接市と子どもたちが使いやすいナイフを一緒に製作・販売しようというプロジェクトの実施事例では、持ち手にヒノキの枝を使用したナイフを企画・製作・販売し、そのナイフを使って子どもたちに森林でワークショップを実施した。刃物を安全に当たり前に扱うことができる子どもが減っているという危機感を先方と共有し、地場産業を振興したいという先方の目的と、森林で自立的に遊べる子どもを育てたいという事業者の目的の双方が満たせるように企画され、成功裏に連携を実現した。

プログラムを実施する上では、参加者の利便性を考慮するなどの配慮も必要である。例えば森林でのサマーキャンプに都会からの親子連れを誘致しようという自治体の案件で、「このキャンプ場を活性化するためにお金を使います」といった自治体側の事情を押し通してしまい、東京からのアクセスが考慮されなかったケースも見られるというコメントもあった。

2) 人と人をつなげる人の存在

人と人をつなげる人の存在は重要である。行政も事業者も、地域内外にどういう人がいてどういうスキルを持っているのかは前もって整理し、プレーヤーを棚卸ししておくことが大事である。思いを持った人は一人ではない。突っ走る人がいるというのは大事なことだが、突っ走っている人が一人では何事も成功しないだろう。共感してくれる人がいないと独り善がりとなり、地域内で足を引っ張るなどマイナスの力も出てきてしまうかもしれない。挑戦している人は挑戦していない人から見れば邪魔な存在でもあるため、互いに知りあい、一体感を醸成できなければ足の引っ張り合いになったり、突っ走っている人がはしごを外されたりすることもあるだろう。

うすうす気にはなっていたり、時にはお互い煙たいとすら感じていたりするアクター同士が向き合う機会を設けて、話してみたらお互い思い描いているゴールは近いと気付かせることが重要であるという。チームで、世代を超えて取り組めるように、人と人をつなげる人の存在は鍵である。

3) つながりを促進する柔軟なプログラム

4.1.1(2)で紹介した森林総合教育センターでは、施設のビジョンやミッションについては関係者間で決定し深く共有したもの、具体的に何をやるのかについては最初から決めてしまわず、その時代に合わせて変わり続けるという姿勢そのものをミッションの一部として決定し文言に残した。それが柔軟な施設運営につながっているという。ミッションの具体的な落とし方は市民・

県民と一緒に作るという方針を最初から打ち出した。できているのは建物だけで、具体的なプログラムは様々なアクターが意見を交わしながら一緒に作っていく。行政が予算を出している場合、行政の意向が絶対的な指示になってしまいがちであり、現場はどうしても従わざるを得ないのが普通である。行政完全主導では柔軟なプログラム提供ができないので、行政にも納得してもらえるように相互理解に時間をかけているという。

4) 積極的な政策への関与

事業者は、ただ自分の事業を行っていればいいとせず、積極的に地域政策策定の場に関与していくべきだとのコメントもあった。自分たちのビジョンと、村・県・国の政策のビジョンとの整合性を作ることに踏み込まないとやりたいことは実現できない。誰かに任せておこうという姿勢だといつまでも単独で動いているだけになる。政策の設計図を描く、物語を書くという意気込みを持つことが社会を変えていくことにつながる。そうしたことを面倒がらずにむしろ望むところといった態度で関わり、政策に働き掛けるくらいの意気込みがあった方がよいという。

選挙で市の体制が変わると前の市長がやっていたことはやらないということになりがちだが、これも住民がどうしても続けたいという思いを行政にうまく伝えられれば継続はできるとのコメントもあった。

5) 民間と行政のマインドの違いを理解する

民間のマインドと行政のマインドを持った人が共同で森林環境教育に取り組むことの重要性についてコメントする事業者もあった。民間の取組であっても、民間の指定管理者などによる公営施設の運営であっても、公営の森林総合教育センターであっても、行政側の担当者との信頼関係の構築なくして業務はできない。お互い分かり合うことができれば、今までなかなか行政側に通じなかった現場側の発想で上がってきた提案について、公共性を認めて行政側に受け入れられやすいように行政側の担当者が「通訳」してくれる。これは大事なチームプレーなので、思いを共有するプロセスをいわずにそこに時間をかけることは重要である。民間も行政も学校も含め立場が違う人たちが集まって、かんかんがくがくと話しながら柔軟にゼロベースで企画を打ち出していくことができるのは、担当者との相互理解があつてのことである。熱意を持ってくれる行政官といかに出会い、仲間になるかが大事になるので、民間側にも積極的な行政へのアプローチが必要となる。

6) 行政内の異なる部署の役割を知り、柔軟に連携する

行政は、縦割りで横のつながりが不十分なこともあるが、行政内の異なる部署の役割を知り、柔軟に連携することも重要である。県レベルで森のようちえんを後押ししてくれていたのはずっと林務担当部署だったが、県の政策である「木育」の重要度が上がったことによって、政策の中心が移ってしまったという。しかし、県の保育担当部署が森のようちえんの支援に乗り出すこととなり、結果として園が無償化の対象になったというコメントが事業者からあったが、適切なタイミングで必要な部署との連携を図るしたたかさも必要となる。

小さな自治体では、逆に職員が部署を超えてお互い顔を知っていて、お互いのやっていることが分かることもある。教育委員会に配属される前に林務担当部署にいた職員がいたり、若手職員の中にも森の案内人がいたり、森林環境教育を部署の垣根を越えて実施しやすい。4.1.3でも紹

介したように、林務担当部署が小中学校に森林環境教育の実施を働き掛けても受け入れられなかったが、同じ役場内の教育委員会を通じて小中学校に働き掛けた結果、学校の授業の一環として森林環境教育が行えるようになったケースもある。

(2) 続けるためのキーポイント

1) 継続的に関与し続ける人、熱意を持った人の存在

長期にわたり取組に関与し続ける人の存在が、継続的な取組の実現を左右する。取組がうまくいっているところには自治体の取組と住民をつなぐ間の団体がある。その団体が中心となって自治体よりも長く携わっているので、情報と経験が蓄積され、みんなその団体に情報を取りに来るようになる。そうしたところには決まって調整がうまい人がいるものである。そうした間に入る人の力量が取組を左右する。

行政職員にはどうしても異動が伴うので、長期にわたって一貫して引き受けることができる民間のアクターの存在が重要である。行政が中心となって森林環境教育を振興してきた自治体であっても、森林ガイドを仕事にしたいという人を町内に限らず最初から公募していればよかったという声が聞かれる。経営的なことやインフラ面での投資などを勉強して腰を据えて取り組んでくれる気概を持った若い人がいたらよかったと。実際には縁もあるので簡単ではない。その自治体ではUターンしてきた人や地域おこし協力隊で来た人にアプローチしてきたが、前向きな反応はなかった。自治体が委託する学校での森林環境教育の仕事が中心という状況では、人口減で学校が縮小していったら仕事なくなってしまう。そうした状況では森林環境教育の事業化は進まず、民間の受け皿はなかなか育たない。

一方、長期にわたって地域に腰を据えて一貫した取組を行っている民間事業者が核となっている取組では、異動に左右されづらいこともあって活動の実施を支えるアクター間のつながりが途切れない。そうした事業者は、この村で生き抜くという並々ならぬ覚悟を持っている。経営状況が苦しくても安易に自治体の補助金を当てにせず、まして副業などに労力を割くわけではなく、本業である教育活動に集中してそれでお金を稼ぐという責任を持って事業を引き受けている。

そういった事業者であっても、実績を通して存在意義をアピールしていかないと、行政にはなかなか認めてもらえないという。森のようちえんにしても自治体に受け入れられるまで10年単位の時間がかかっているという。全国的に同じような先進事例が増えていけば、行政側も地域内での新しい取組を好意的に評価しサポートしやすくなるだろう。熱意を持った行政官を見つけて一緒にやることも重要である。

2) 異動への効果的な対処

行政主導の取組や行政から資金が出ている取組の場合、行政担当者の異動にどう対処するかが継続性を担保する上で重要になる。役場も数年ごとに人が代わる。担当が代わるとリセットされてしまい、市長が代わると計画が流れてしまい、十何年やっているのに全然蓄積が生まれないことがあるという。行政は異動でどんどん人が代わっていくので、事業者側から繰り返し勉強会を仕掛けるなど行政にアピールすることが必要であろう。行政には行政の課題があるので、その行政が抱えている課題が事業者の活動を通して解決できるということをアピールできれば、行政としてもありがたい話なので積極的に話を聞いてもらえるという。

校長先生が代わると学校の方針もガラリと変わる。理解ある先生が来ればスムーズに活動が継

続できるが、そうでない先生が来てしまうとやりづらくなってしまうこともある。教育委員会が橋渡しをしてきちんと説明したり、引き継ぎをうまく担保したりしてくれればいいが、そうでない場合は、働き掛けが再度やり直しになるという。前年度から森林環境教育の実施を働きかけていても、次年度では先生が代わってしまうことがあり、4月に入った時点ですぐに新体制に働き掛けると、校長先生や副校長、教務主任の先生もいなくなっていることもある。それでも引き継ぎがなされ、ある程度話が通っていれば、具体的な計画は進めやすくなる。

行政の異動は新しい風を導入できる機会でもある。熱意を持った行政官が異動したとしても、異動先に森林環境教育の動きが広がっていくと考えることもできる。後任の行政官が、それまでにない新たなやり方で森林環境教育に取り組んでいく可能性もあるだろう。後任の行政官に対しても地域の思いを伝え、様々なアクターが連携しながら森林環境教育の継続を支えていくことが重要になるであろう。

3) 定期的な情報の共有

NPO が自治体から幼小中高の一貫教育を受託しているケースでは、年2回、役場と幼小中高の担当の教員と NPO とで情報共有を行っている。その年はどんなプログラムを実施するのかについて毎年春に全体で共有し、プログラムが終わる秋には1年の総括を共同で実施する。校長先生同士は校長会などでつながりはあっても、現場の担当教諭レベルになると他校との交流はなかなかないので有意義だと参加者から評価されているという。

4) 活動資金の継続

森林体験プログラムを公共の補助金を使って民間事業者が実施する場合、自治体の案件でも年々準備金(予算)が下がってくるケースが多く、それに応じて参加者が払う費用は上がっていく。結果としてだんだん参加者が減り、引き継いでやってくれる事業者がいなければプログラムが途絶えてしまう。最初に頑張っているいろいろな人をつないでも、続かないためもどかしいとコメントする事業者もあった。

企業とのタイアップ企画では案件が大きければ予算を取ることができ、準備に時間を割いても割に合うが、プログラムの利用者からはお金を取らずに企業の広告宣伝費から予算が出ているので、長続きはしにくいという。

5) 我慢させない仕組み

初めは厚意でボランティアを引き受けてもらえても、誰かが我慢し続けなければならない状況になれば続かない。ボランティア的に森林環境教育の実現に貢献してくれる人の負担が大きくなり、継続できなくなる例が出始めているところもある。同様の問題で地域では公民館の活動も立ち行かなくなるなど、様々な地域活動が継続できなくなっているという。対価を払うことや、関係者を増やすことなど、一人一人の負担を減らす工夫をすることが必要となってきた。

6) 学びを支える循環

長期にわたり一貫して事業を実施することで、学びを支える循環が機能しだした例も報告されている。18年前から地域の子どもに森林体験を村民と一緒に提供している地域では、参加していた子どもが、役場の職員や教育委員会の担当者になり、プログラムの実施を支えてくれるように

なったという。

ボランティアを集めにくいというサマーキャンプ実施業者が多い中、多くのボランティアが集まり、一部の希望者を断っているほどだという事業者もある。そこでは以前キャンプリーダーをやっていた子どもたちが大学生になり指導員として戻ってきているというのだ。そういう子どもたちが友達をボランティアとして積極的に引っ張ってきてくれている。

活動を開始して 20 年になる公営森林アカデミーでは、卒業生が地元で何か仕掛けようというとき、分からないことがあればすぐに助言を求めることも可能だ。教諭陣も卒業生に頼まれると行かざるを得ないという。卒業生がいろいろな地域で活動するようになってきており、そことのつながりで新しい試みを仕掛けることもできてきている。

7) 地域に根差す

自然学校などの事業者は、教育活動だけではなく地域にどう人を呼び込んでくるか、地域にどうお金が落ちる仕組みが作れるかということを求められる時代になっている。地域で困っていることを聞いてその問題解決につながることを考えてプログラムに取り入れたり、できるだけ地元の人に委託してプログラムを実施したり、資材もできるだけ現地で調達して、現地にお金を落とすことを心掛け実践している事業者は多いという。

地域に根差した活動を行うことは、簡単ではない。地域で 30 年、40 年と活動を継続し、今では地域の絶大な信頼を勝ち得た自然学校も、そこに至るまでには苦難の連続だったという。都会の若者が村に何かをしに来るということ自体が理解されず、子どもたちを集めて変なことをやるのではないかという恐怖心を持たれたという。若者が農村漁村に行くという大歓迎される時代になっても、地域の人々に敬意を払いながら、薄氷を踏む思いで一緒に物事を作り上げるプロセスを踏んでいるという。

多くの事業者が地域に溶け込むことの困難さについて語っている。認めてもらえるまでに少なくとも数年から 10 年以上かかることも珍しくないという。NPO というものが理解されなかったり、子どもがうるさいと拒絶されたりする。観光地でキャンプ事業者が落とすお金程度では感謝してもらえず、歓迎されないこともある。地域にお金を落としていても、そうすればするほど一部の人だけにはお金が落ちていくと捉えられることもあるという。

地域に根差すというのは地域の風土や知恵をプログラムに反映することだけではなく、運命共同体になることだという事業者もいる。村の人々の決まりや歴史に敬意を払い続ける覚悟を持つ。村が大事にしてきた一人一人の尊厳を最後まで大事にする。地域での共同作業や地域の人との付き合いを最優先にする。村の人たちは自然学校としての活動内容を評価する前に、村人としての活動内容をまず評価する。共同作業には村の人より多く出て、村の人より率先して雑用をやる。消防団にも入り、自治会役員にも PTA 役員にも率先して手を挙げる。そうした努力を続けるうちに村の人の中に認めてくれる人が出てきたという。やがて地域の人々が自然学校をどの人よりも熱く応援してくれるようになったという。

自分が村長だったらどうするかとスタッフにも考えさせている。自分が村長だったら、学校と村の現状を見て、われわれのスタッフをどう生かすのか、この人とこの人をどうつなげるのか、そういう自治体経営の社長的な感覚が事業者にも求められているという。一生懸命に村の住人になり、村の風土や教育力を大事にした教育活動を行ってきた結果、村内に良質な人脈を築くことができ、絶大な信頼を得ることができ、自律的な住民のチームもできたという (4.1.1 (1) 参照)。

足元の人脈を大切に、住民の自らの発想を大事にしながら、自分たちの村の未来は自分たちで決めるといった本質的な欲求に火を付けることが鍵だという。

移住者らの能力をコミュニティで生かしてもらい、地元の人とつなげる取組も有効である。4.1.2で紹介したように、特に森のようちえんを中心として、地元の人と移住者が一体となった新しいコミュニティが創出されている。

つながる、続けるためのキーポイントは上記のように多岐にわたる。一線で活躍する事業者や関係者によって指摘された、このような効果的かつ地道な働き掛けを行っていくことが、森林環境教育を持続的に実施し、発展させる上で大きな差を生むことだろう。

4.2 森林体験サービスの顧客拡大

4.2.1 ライト層、別関心層に対するアプローチ

「森林体験」は「森林環境教育」の重要かつ不可欠な入り口である。これまで意識が街寄りだった人々に対しても入り口を拡大し、まず森林に足を運ぶ楽しさを知ってもらうことは大変重要である。別関心層にアプローチしていくための、意識的な働き掛けが鍵になる。

1.2でも述べたように、森林体験が非常に楽しいものであれば、人ごとではない「自分ゴト」としての森林に対する意識や思いを育む。森林を繰り返し訪れれば、それだけそうした感情的な結び付きが深まるだろう。感情的な結び付きがあるから森林に関する知識を得て、森林を保全しようという行動にもつながる。そのための入り口として、「参画することが楽しい」「わくわくできる」プログラムを提供することが大切になる。人を引き付け、居心地の良い場所を提供するためには、少し緩い感じ、ふわっとした感じである「ゆるふわ」感を意識して作り出すことが重要だという声も聞かれた。

また子どもだけでなくその保護者の森林体験も不足しているというコメントも何人もの事業者から寄せられている。大人の森林体験の不足が、発達段階に応じた森林環境教育サービス提供の阻害要因の一つとなっていると考えられるため、子どもだけを対象とするのではなく、森林の楽しさを知らないその親世代を引き付ける取組も重要になる。保護者が森林に足を運べば子どもも一緒に連れてくるからだ。ここではライト層や別関心層に森林に足を運んでもらうためのユニークな取組や、「虫が怖い」「蚊に刺される」「暑い」「寒い」など、これまで森林に負のイメージを抱いていた人々の不安を軽減するために事業者が行っている対応についても紹介する。

(1) ライト層、別関心層を引き付けるための取組

トレッキングなど森林を楽しむことを主眼とするプログラムでは、屋久島や奄美、北海道といった目的地のブランド力がその人気を左右するという。つまり、地域が目的地となるためには、ライト層や別関心層を引き付けるための意識的な取組が必要となるということである。ポータルサイトでは、ただ森に親しむ散策型のプログラムよりも、フォレストアドベンチャーのような施設を用いた自然共生型アウトドアパークの人気の高い。樹上でフィールドアスレチックのような体験ができ、しかも幼児でも安全に楽しめる導入コースから大人向けのスリリングな難易度の高いコースまで様々な選択肢が用意されている。ラフティングや乗馬、英語でキャンプなど、森林環境の中で魅力的なアクティビティを行う高付加価値型サービスの需要が伸びていることは2.2.4ですでに述べたが、中でも外資系団体のイングリッシュサマーキャンプは需要が大きく伸びているという。

子どもに自分のキャンプ体験をモバイル端末で動画撮影してもらい、自分で編集して動画共有サイトにアップロードするまでを指南する動画制作キャンプや、ロケットの発射に合わせて種子島を訪れると同時に、島の森林を体験してもらう宇宙キャンプを実施している事業者もある⁸⁸。森林体験を通じて地球と宇宙とのつながりを感じさせることができるため、その親和性は高いという。

一から食べ物を作るプロセスを通じて食と生の本質を考えさせつつ、本物の手作りの味を体験する2泊3日の「一から塩ラーメン作りキャンプ」など、いろいろなイベントを入り口にして顧客に選択肢を与えている事業者もある⁸⁹。休みが取れない保護者をターゲットに、学校が休みになるタイミングでエリア限定のキャンプを企画し、託児ニーズをキャンプの集客につなげる試みも実施している。ホースセラピーやツリークライミングを組み合わせた森林での発達障害児向けプログラムを実施している事業者もあり、子どもが伸びやかかつ集中して取り組めると保護者から高い評価を得ているという⁹⁰。

気が付いたら少し森に興味を持っていたというふうに仕向ける仕掛けを重視する事業者もある。4.1.1 (2) で紹介した森林総合教育センターでは、街寄りの人にアプローチするためにあえて「森感」を出さずに森で行う試みを積極的に実施している。ヨガや演劇、星空観察会、ピアノ演奏会、プレーパーク、木材工作といったイベントをあえて森で行うことで、森林体験を目的としていない人にも森を感じてもらう。同センターでは施設を待ち合わせや打ち合わせ目的でも開放し、打ち合わせのついでや合間に森を散策してもらえよう誘導している。3.1.1 で紹介したように、ベビーカーで来られる親子を引き付け、児童館代わりに利用してもらう試みに取り組んでいる森林ビジターセンターもある。

最もライトなプランとして、都心の飲食店の屋上を利用したオフサイトミーティングを提供しているキャンピングオフィスサービス事業者もある⁹¹。そこで体験できるのは空と風だけで、木すら存在しない。しかしそれを丁寧に提供することで、「次は森に行ってやってみたいよね」という行動を誘発できるという。同事業者はキャンピングオフィス事業だけでなく、グランピングやアパレル事業もグループ内で展開し、住宅にもキャンプ製品を入れてうちの中と庭をつなぐことを提案するなどいろいろな間口を作り、キャンプにまだ関心のない人とつながっていく活動を意識的に展開している。

(2) 森林体験に負のイメージを抱く顧客の不安を軽減するための対応

顧客に対して「不便を買いに行くんです」と先にデメリットを伝えることが大切だというキャンプ事業者のコメントがあった。例えば、虫に刺される場所であることを先に告げて、夏場でも長袖を用意してもらうなど、虫に刺されないための対策を丁寧にアドバイスする。先にマイナスの情報を出してハードルを上げてしまう。実際に現地に行って「全然平気じゃないの」と思わせてあげることが大切であるという。現地で初めて嫌な出来事に遭遇してしまうと、もう二度とキャンプに来てもらえなくなるという。

3.1.1 で紹介したように、おむつ対応など保護者の不安に対して細かく個別対応を行って信頼を

⁸⁸ (株) 日本旅行 トムソーヤクラブ。

⁸⁹ のあつく自然学校 (大阪府枚方市)。

⁹⁰ Morinos (岐阜県美濃市)。

⁹¹ スノーピークビジネスソリューションズ (愛知県岡崎市)。

勝ち取り、4歳から幼児を受け入れているサマーキャンプ実施事業者もある⁹²。

会社員には虫が苦手という人や年配の人も多く、そうした人々を最初からキャンプに誘導するのは難しい。上記のキャンピングオフィスサービス事業者は、宿泊はホテルでというライトなプランも用意し、利用者の不安を解消して需要を喚起している。アウトドア会議や屋外での研修はもちろん、外でバーベキューをしてたき火トークもするが、泊まる場所だけはホテルで快適に過ごしてもらう。

森林体験を提供する事業者は森林に対する思い入れが強いことが一般的であるが故、森林に関心がない、森林に対する思い入れがない人々が感じている漠然とした不安をこれまで軽視しがちだった。そこにきめ細やかに対処し、ライト層や別関心層に森に足を運んでももらうための意識的な働き掛けは、森林に関心を持つ層を大きく増やす可能性を秘めている。

4.2.2 「教育」と他の移住促進諸策との連動

(1) 移住者を引き付ける自然の中での伸びやかな教育

近年「教育」が都市部からの移住希望者を最も引き付けていると評価している自治体関係者もいる。ある自治体では、移住者の8割を40代以下が占め、6割は「自然の中で子育てをしたい」と望んでいるという調査結果が出ている。「自然豊かな環境で子育てができるのはありがたい」と移住者が口をそろえて言うのと森のようちえん事業者もコメントしている。

自然を生かした伸びやかな教育が、多くの人を外部から呼び寄せ、地域活性化につながっている事例は多くの自治体で見られる。2.1.1でも触れたように、鳥取県や長野県、広島県、三重県、岐阜県、滋賀県などでは森のようちえんを積極的に振興して地域活性化につなげようとしている。地域内に日本初のイェナプラン教育⁹³を取り入れた小学校が開校した長野県佐久穂町では、以前は移住者といえば新規就農が主だった。学校が開校になる前からアンテナの高い人たちが都市部から流入してきたという。1期生だけで保護者も入れて地域全体で150人が移住してきた。そうした状況はこれまででは考えられなかったという。また3.1.2で紹介したように、森のようちえんを目当てに移住してくる子育て世帯も増えている。自分らしく暮らせるコミュニティーがあり、子どもを互いに預けやすい、東京ではなかなかできない人付き合いができる、というふうに移住者の満足度は高い。

(2) 自治体による移住促進施策

森のようちえんや特色のある小学校などが展開されている自治体の中には、子育て世代の移住熱の高まりを好機と捉え、移住・定住に特化したサイトを設けて移住希望者が必要とする情報をアクセスしやすいかたちで一括提供し、積極的に移住者を呼び込もうと動いているところもある⁹⁴。フェイスブック上に移住定住窓口ページを設けたり、NPO ふるさと回帰支援センターや東京

⁹² のあつく自然学校（大阪府枚方市）。

⁹³ イェナプラン教育とは、ドイツで生まれ、オランダで普及している新しいかたちの教育である。自分で考え、共感力を持ち、社会に働き掛け、協働できる市民を育てるため、学級は異年齢の子どもたちによって構成され、会話・遊び・仕事（学習）・催しという4つの基本活動を循環的に行う。時間割は教科別で作られず、4つの活動が流れの中で交代していく。学校は、子どもと教員と保護者とからなる共同体と見なされ、リビングルームのような環境づくりが重視される。その教育の中核として、教科別の学習をつなぎ、「学ぶことを学ぶ」ために設けられた総合的な学習の時間が尊重される。長野県佐久穂町の大日向小学校は、日本で初めてのイェナプランスクールとして開校。

⁹⁴ 長野県伊那市、長野県佐久穂町。

にある県の広報施設で移住相談会を実施したりするなどの広報も行っている。子育て世代をターゲットにした移住説明会や保育園や小学校の見学を含むツアーの開催は多い。地域の小中学校で行われている森林で行われる体験学習を見学する移住促進ツアーを実施し、参加者 1 組が実際に移住してきたケースも報告されている。そのほかにも農業体験などをテーマにツアーを企画したり、移住体験住宅を提供したりしているところもある。そういったサービスを利用して実際に都市部から移住してくる人も増加しているという。中には市営住宅に最長 6 カ月住むことができ、移住希望者が地域に滞在しながら物件を探せるというものもある。空き家バンクに登録されている物件を見学するツアーを実施している自治体では、空き家バンクの 2018 年の登録物件数 67 件のうち、44 件が成約するという成果を上げている⁹⁵。移住者の受け入れに積極的な過疎地域をモデル地域として選定し、地域の人が立ち上げた地元協議会が主体的に移住総合支援を行っているケースもあり、自治体がモデル地域限定の移住促進補助金制度を設けて移住希望者を支援している⁹⁶。ポスト・コロナの状況下においては、オンライン移住セミナーに力を入れている自治体も見られる。地域内の特色ある小学校を紹介するオンラインツアーなども実施され、好評を博している。

(3) 移住者と地元住民の関係づくり

いざここに住もうとなったとき、一番の鍵になるのは近隣や地域の人との交流や関係であろう。人と人をつなげる場や間に入ってくれるキーマンがそこにいるかどうかが重要だと指摘する自治体関係者もいた。地域の核となっている人が交流に積極的か、移住者を受け入れられる人なのかが大きく影響するという。積極的な人が班長や組長ならすんなりとコミュニティに入れるが、全員がそういう人というわけではない。昔からそこに住んでいる人ばかりでなく、その土地に腰を据えて周りの信頼を得た移住者も、地域の核として機能している。元々の住民も人口減少に対する危機意識は高いため、移住者と共に田畑の保全や産業の振興に取り組むなど新しいコミュニティがうまく機能しているところもある。

移住者も田舎付き合いが得意な人ばかりではなく、地元住民とうまくいかないケースはあるだろう。移住してくる人たちの姿勢は地元の受け入れ態勢以上に大事である。少し街部になると、移住してきても自警団に入らない、自治会に入らないという人も増えてきているという。地元の慣習と合わず、新しいコミュニティを共に作っていくことができない移住者も少なくないという。地元の人でも地元社会になじんでいない人はいるので、移住者として根付いてはいるが変になじもうとは思っていないとコメントする事業者もいた。思想的なものが基盤にあっても、表面的にはそれを全く見せずにうまく立ち回れる人もいる。受け入れる側としてもただ移住者が増えればよいというわけではなく、町のために何ができるかという意識をしっかりとった人に来てほしいというコメントもあった。そういう人を吸着し支えられるような場づくりが必要とされている。多様な在り方を互いに尊重し合える関係づくりが鍵となるようだ。

自治体の職員は、都市部に行って定住セミナーやイベントをやろうという発想になりがちだが、村に住む若い世代が村の自然や暮らしをみんなで楽しむ雰囲気を作らないことには、この村で暮らしたいという人は来ないという指摘もあった。若い世代が自ら仕掛け、自分の村ではこんなに

⁹⁵ 長野県伊那市。

⁹⁶ 同上。

楽しいことがあるということを SNS などで発信し始めたことで、I ターンや U ターンが増えた村も報告されている。

移住者が増えると、その地域を知っている人がどんどんいなくなるという指摘もあった。移住者は自然に対する関わり方が分からないし、地域に元からいる人は高齢化で亡くなっていく。そうすると文化の伝承が途切れる。「教育」といっても子どもだけでなく教える人がいなくなっていく。若者世代になり、もう林業をやっている世帯がいなくなってしまったというような地域も各地にある。

(4) 移住促進政策を支える人と場

地域おこし協力隊や集落支援員が移住政策を進める上で有効に機能しているとのコメントが自治体関係者からあった。協力隊員や支援員自身が大都市圏からの移住者であることが重要であるという。実際の移住者である彼らから、地域の良さや難しさを含めてリアルな声を発信してもらう効果は大きい。役場だけではできない、人と人をつなげる役割を担ってもらっているという。地域のアクティビティの掘り起こしや案内も彼らが担い、地域のお年寄りが主体となった農業交流イベントなどを県内・県外に向けて定期的に仕掛け、オンライン上でも様々な試みが行われている。地域の森林資源を活用する活動を担当している協力隊員や、移住定住コーディネーターや空き家のアクティベーターとして活躍している集落支援員もいる。

地域の人と話せるようなプラットフォームが必要だという議論がされている自治体⁹⁷もある。行政の抱える課題を考えてもらう場にするのか、地域の人々の提案や意見を吸い上げる場にするのか、その仕組みや役割を検討している。いろいろなスキルを持った移住者が地域に集まってきているので、そういう人たちの知見を活かしたいという。この自治体では広く地域住民の参加を呼び掛けながら「コミュニティ創生戦略」を策定し、域外の大学とも連携して集落点検を実施するなど、積極的に地域活性化に取り組んでいる。

移住推進に携わっているのは行政だけではない。行政の枠組みの外でも人と人がつながる動きは盛んに見られる。地域の人々に自分たちで地域を作っていこうという機運があり、補助金など一切なくても地域住民主導で様々な活動が行われている。例えば移住者夫妻が運営しているゲストハウスでは、その夫妻を中心としたコミュニティができている。その夫妻は村内・村外の多様な人とつながりがあり、そうしたつてを頼って移住希望者が集まってくるという⁹⁸。夫婦のお話を聞き、移住を決意したという人もいる。商店街で毎月最終日曜日に開かれる朝マルシェが地域住民と移住者の交流の場になっているケースもある⁹⁹。朝マルシェが友達の友達をつなぎ交流が生まれる場になっている。民間企業が運営するコワーキングスペースとマンスリーマンションが移住者と移住希望者の交流の場になっている事例も報告されている¹⁰⁰。

(5) 人口減少抑制面でのインパクト

転入者数が増えたからといって、即人口減少が抑制されるというレベルまでにはなかなか至らないようだ。行政として数値目標を立てていてもなかなか成果が見えづらいという。10年前と比

⁹⁷ 長野県佐久穂町。

⁹⁸ 赤石商店（長野県伊那市）。<https://nagano-life.com/akaishisyouten/>

⁹⁹ 長野県伊那市。

¹⁰⁰ 同上。

較して転入者数が圧倒的に増加しているような自治体でも、転出や自然減が多いため、人口減少を抑制するまでのインパクトは出ていない。高齢者が多く人口減少が止まるほどのインパクトはまだないが、若い世代の流入増により人口構成が逆ピラミッド型を脱し、ドラム缶型になってきている自治体もある。

(6) コロナ禍が移住に及ぼす影響

2020年6月の緊急事態宣言解除後の移住相談が昨年比で1.5倍に増えているという自治体もあった。コロナ禍を直接的な移住の動機として挙げる移住希望者は、2020年9月のインタビュー実施時点では見られなかったが、「テレワークになれば、もしかしたら移住できるのではないか」といった子育て世代の人からの相談が2020年7月、8月ぐらいから少しずつ出てきたという。物理的な距離の問題はITで解消できるということを今回のコロナ禍で実感したという声は移住希望者からも多く寄せられているという。ノマド¹⁰¹やワーケーション、2拠点生活など生活様様が急激に様変わりしているため、移住が選択肢として芽生えているというコメントも自治体関係者からあった。

森のようちえんを含む自然を生かした教育が、多くの移住者を引き寄せ、移住振興の大きな原動力となっていることが調査を通じて確認できた。森林環境教育の推進は、移住促進政策のうちの一つとなる可能性があるということである。総務省の住民基本台帳人口移動報告で2020年7月から11月まで5カ月連続で東京都の人口が転出超過となったように、大都市圏から地方への移住の動きはすでに具体化している。コロナ禍を地方への移住振興の好機と捉え、潜在的移住希望者に対して森林環境教育の推進を含めた積極的な仕掛けを展開していくことが、移住促進にとって効果的であろう。

4.2.3 地域の人々の力を生かした森林体験の強化

文部科学省は、高齢者や成人、学生、保護者、PTA、NPO、民間企業、団体・機関などの幅広い地域住民の参画を得て、地域全体で子どもたちの学びや成長を支える「地域学校協働活動」を推進している¹⁰²。子どもたちが地域に出て行って郷土学習を行ったり、地域住民と共に地域課題を解決したり、地域の行事に参画して共に地域づくりに関わるといった活動が中心のだが、地域住民主導で子どもたちに森林体験や森林環境教育の機会を提供している事例も見られる。文部科学省は山村などにある小規模校のコミュニティースクール¹⁰³化を通じた特色ある学校づくりも同様に推進しており、地域社会の参画を得て、子どもたちに豊かな教育の機会を届けようという基本的な考え方は変わらない。「学校に代わって地域が」という方が、学校が構えず森林環境教育に取り組みやすいという声が教育委員会関係者からも寄せられている。コミュニティースクールに見られるように、場所や人を確保するコーディネーターのような人がいれば学校も森林環境教育に取り組みやすいと提案する教育委員会関係者もいた。

¹⁰¹ ノマドとは英語で「遊牧民」の意味だが、近年、IT機器を駆使してオフィスだけでなく様々な場所で仕事をする新しいワークスタイルを指す言葉として定着している。

¹⁰² <https://manabi-mirai.mext.go.jp/torikumi/chiiki-gakko/kyodo.html> を参照のこと。地域学校協働活動には平成29年度は64億円の予算措置がなされ、12,423校で土曜・祝日の教育支援活動や部活動が外部人材を活用するかたちで実施されている。また地域住民の参画に支えられるかたちで17,615もの放課後子ども教室が展開されている。

¹⁰³ <https://manabi-mirai.mext.go.jp/torikumi/chiiki-gakko/cs.html>

「地域学校協働活動」の枠組みを利用して、全国各地で様々な自然体験活動が地域社会の参画のもと、子どもたちに提供されている。例えば石川県白山市¹⁰⁴では、自然について詳しい地域の住民が放課後児童クラブと連携し、放課後に週 1 回、週末も月 2 回、自然塾を開催している。宮城県栗原市¹⁰⁵では小規模校を学校支援ボランティアが支援し、山間地ならではの地域資源を活用した「林業体験¹⁰⁶」や「きのこ栽培」「ネイチャークラフト体験」「沢遊び」「こんにやくづくり」などのプログラムが実施されている。岩手県の九戸村¹⁰⁷では地域学校協働活動本部が村内の小学生に対し土曜学校で森林学習や塩の道トレッキング、ヒメボタル観察などのプログラムを提供している。岩手県西和賀町¹⁰⁸では、故郷を学ぶ学習の一環として、高校 3 年生に対して森林組合での林業就業体験と町の企業訪問研修を提供している（文部科学省生涯学習政策局・初等中等教育局：2016、2017）。

山形県村山市¹⁰⁹では、土曜日の教育活動として地域の先生による川の水生生物調査や雪遊びなど、地域の自然・文化・歴史などを生かした取組が実施されている。また地元の創作劇集団と連携して大人と一緒に創作劇を作り上げたり、「だがしや楽校¹¹⁰」で対面販売などを経験したりして、考える力やコミュニケーション力、表現力が養われるような活動を実施している。さらには小学生広報スタッフやかつての参加者だった中学生、高校生、大学生が中学生協力員やボランティアスタッフの一員として参加することで、将来の教室の担い手育成や身近な地域の居場所づくりにつながっている。岡山県勝央町¹¹¹では、土曜日の教育活動において、子どもが創意工夫をし、挑戦し、失敗を経験することができる「冒険遊び場づくり」を実施している。神奈川県横浜市¹¹²では地域住民が小学生に対して公園での自然探索会や近隣の自然砂浜で宿泊体験学習を提供し、持続可能な開発について子どもたちに考えさせている。千葉県野田市¹¹³では小学生を対象に地域の人材が「自然観察会」を開催している。四季を通した自然の変化を児童が観察することで、自然に対する興味・関心を高めることに成功している。岐阜県では小中学校で「ふるさとを学ぶ郷土学習支援と子どもの輝きを伝える活動」を実施している。農業体験や自然体験、福祉体験、史跡探訪などを通じて、ふるさとの良さやふるさとに生きる人々の知恵を学ばせることで、ESD の視点に立ってふるさとの課題について自ら考え、行動貢献する子どもの育成を目指している（佐藤：2017）。

「地域学校協働活動」の枠組みではないが、地域の社会教育団体が子どもたちの森林環境教育を支援する例も報告されている。例えば大学にできた社会教育団体が中学生のサークル活動を支援し、専門家の指導のもとで中学生が最新鋭の木工機械を利用できる体制を構築している。サー

¹⁰⁴ 白山市立白嶺小学校。

¹⁰⁵ 栗原市立花山小学校。

¹⁰⁶ 育樹体験や山林の下刈り。

¹⁰⁷ 岩手県立伊保内高等学校、九戸村立伊保内小学校、九戸村立長興寺小学校、九戸村立戸田小学校、九戸村立山根小学校、九戸村立江刺家小学校。

¹⁰⁸ 岩手県立西和賀高等学校。

¹⁰⁹ 村山市立袖崎小学校。

¹¹⁰ 「だがしや楽校」は山形の学校の先生だった松田道雄氏が、放課後の子どもたちの生態を研究している中で発案した地域の活動である。主に子どもたちが放課後や土・日曜日に地域で自分のお店を出す活動として始まり、商い体験を通して職業・社会参加を意識させる活動として展開されている。子どもたちは様々な活動に参加し、その報酬として地域通貨「エコマネー」をもらう。自分で働いてエコマネーを稼ぎ、エコマネーでしか買えない駄菓子屋で自分の好きなものを買うという行為には教育的要素が多く含まれている。

¹¹¹ 勝央町立勝間田小学校、勝央北小学校。

¹¹² 横浜市立幸ヶ谷小学校。

¹¹³ 野田市立福田第一小学校、福田第二小学校、二ツ塚小学校。

クルの生徒は週末に森林NPO¹¹⁴が提供する森林環境教育プログラムにも参加しており、森林の管理と利用という社会課題の解決のためにこうした機械を利用している。このNPOの代表は国立大学付属中学校¹¹⁵の教員であり、森林環境教育プログラム参加者の9割はその中学校の生徒だが、柔軟な活動を展開するため興味のある子どもだけを対象に、活動をあえて学校とは切り離して実施している。大学と連携していることを強みとし、科学的な調査も同時に実施して、子どもたちが実施する森林管理活動の効果がデータで確認できるようにしている。間伐をしたら生えてきた植物が200種類にもなった、植えたトチノキの直径が毎年大きくなっているなどの成果がデータで分かり、それが面白いと興味を持つ子どももいるという。

放課後の居場所がない子どもは多く、部活動に積極的に取り組める子どもとそうでない子どもがいて、家に帰って独りでいる子どもがいられる場所を作りたいという。地域の社会教育団体こそ子どもたちの放課後の居場所を積極的に提供すべきだと彼は言う。平日の夕方だけ空いている人はなかなかいないので、放課後は中学生だけど午前中は幼稚園生の相手をするといったかたちで森林体験を提供しているような人が拠点に居て、放課後は小学生と中学生が一緒になれる子どもの居場所を提供する住民組織がつかれるとよいと感じているという。

4.1.1 (1) で紹介したグリーンウッド自然体験教育センターの辻代表は、「教育は決して学校だけにあるのではなく、子どもの未来を考えぬこうとする気概のある『そこかしこ』に存在できる。私は教員ではないが、一人の教育者だという自負がある」と言う（辻：2011）。「地域学校協働活動」においても、学校と地域の対等な関係の構築がうたわれている。しかしながら教育の中で学校教育が一番という意識は根強く、地域社会や民間が提供する体験的な学びを学校教育と同列に扱うことに抵抗を持つ教員もいるため、関係を構築する際には丁寧な対話が求められるという。

「地域学校協働活動」を担う人々や社会教育団体が学校と連携し地域で子どもを育てることは、子どもたちが森林体験を含む多様な体験をする機会の増加につながるだけでなく、子どもたちの放課後や週末の貴重な居場所づくりにもつながる。これからますますの発展が期待される分野である。

4.2.4 森林環境譲与税の活用

林業が地域の主要産業となっている地域では、森林環境譲与税が森林整備に使われることが多いが、森林環境教育の財源として同税を充てている自治体もある。「森林環境譲与税の取組事例集」（林野庁：2020）では、同税が小中学校での森林環境教育の実施や林業体験を伴う自治体間の相互交流の実施、自然体験を伴う環境交流ツアーの実施、林業の担い手の育成を目的とした森林環境教育に用いられる事例¹¹⁶が紹介されている。

本調査では、事業者や関係者に対するインタビューの一環として、森林環境譲与税の認知状況や森林環境教育への活用状況についても聞き取りを行った。4.1.1 (2) で紹介した森林総合教育センターでは2020年度の財源に森林環境譲与税が充てられている。同税が人材育成にも使えることは非常に有意義であると同センターから高い評価を受けている。同センターでは、協力団体が森林環境譲与税を財源として市町村から委託を受け、小学校や幼稚園などで森林環境教育を実施す

¹¹⁴ NPO 法人緑のダム北相模。

¹¹⁵ 東京学芸大学附属小金井中学校。

¹¹⁶ 岩手県西和賀町、徳島県那賀町・北島町、東京都豊島区、山梨県都留市などで同税を財源として森林環境教育が実施もしくは計画されている。

る仕組みを構築したいとのことだった。同センターの上位機関である森林アカデミーの卒業生が各地域に広がっている強みを生かし、そうした仕組みを利用して森林環境教育を通じて地域を活性化していけたらと考えている。

森林環境譲与税を財源に専門性のある人材に委託して森林環境教育を進めていけるよう、都市部の自治体に働き掛けを行っている関係者もあった。学校では人手が不足、また森林環境教育に関する専門性も不足しているからである。

森林環境教育は短期的な成果を追い求めるのではなく、5年、10年という中長期で取り組む必要のある教育であり、年度ごとに予算を確保していかなければならないという仕組みそのものの限界を指摘する事業者もあった。森林環境譲与税についても毎年予算がつくのか、不安を感じている事業者もいた。

4.2.5 森林空間の活用を促進するインフラや環境の整備

本調査を通じ、事業者や関係者から、森林環境教育の推進に関係する様々な要望や提案が聞かれた。その一部を紹介する。

自然アクセス権について先進的なドイツと状況を比較しながら説明する事業者がいた。ドイツでは私有林であっても、一般の人が森林に自由に入って楽しむ権利が法律で保障されている¹¹⁷。人口が1,000万人のある州では、週末に5人に1人、200万人が森林を訪れるほど森林が生活の一部になっている。森林を訪れる人たちの多くは、特定のレジャーを目的としているというより、ただ森林で過ごす時間を楽しんでいるという。日本では地形が急峻^{きゅうしゅん}であることなどから細い急勾配の林道が多く、森林を訪問しづらいが、ドイツでは幅が5メートルぐらいあり車がすれ違えるような道路網が何十年もかけて整備されているという。都市部の人々が車で森林の近くまで簡単にアクセスでき、森林の中には歩きやすいトレイルが数多く整備されている。マウンテンバイクで森林の中を走り回ることもできる。そういう投資を行うには相当なお金がかかるが、ドイツでは何十年も前からそれをやってきた。この違いが本当に大きいという。森林空間の活用を促進するためには、ある程度インフラや環境の整備が必要であるという。

4.2.6 ポスト・コロナの森林体験のポテンシャル

ポスト・コロナ社会で森林体験の持つ意味について様々な事業者が様々な角度からコメントしていた。コロナ禍で外出自粛を要請された人々の間では、森に行きたい、自然に触れたいという気持ちが逆に増している。人々に癒やしや活力を与えてくれ、3密¹¹⁸ではない森林に対するニーズは増えているとの意見は多い。コロナ禍の前から漠然と森林体験が大事だと思っていた人が、森林体験は人にとって不可欠だということをはっきりと認識するようになったという。自分に合った自然への回帰の仕方は何かということこれから人々が考えるようになると、意識変化を期待する声もあった。

¹¹⁷ ドイツの連邦森林法には、「誰でも森に入っていという権利」が明記されている（農林中金総合研究所：2008）。

¹¹⁸ 3密とは、2020年の新型コロナウイルス感染症拡大期に総理大臣官邸・厚生労働省が掲げた標語。集団感染防止のために避けるべきとされる密閉・密集・密接を指す。

(1) 森林体験とデジタル技術

コロナ禍で、大勢の人が集まることが難しくなった。これまで人々の理解がなかなか進まず、限界や制約を感じていた様々なオンラインでの試みが、一気に進んだことを歓迎する声も聞かれた。新しい事業を生む種がたくさん生まれたとコロナ禍を前向きに評価する事業者もあった。

説明会をリモートで実施するようになった事業者は多い。オンライン入園説明会を実施したり、プログラム参加者にオンライン事前講習を実施したりしている事業者もある。またオンラインで講演会のライブ中継を実施しているケースもあった。

プログラムそのものをオンライン化する動きも報告されている。いずれもまだ無料もしくは参加費用を低く抑えた実験的なものだが、オンラインで森の勉強会を実施したり、オンラインで個人リトリートを実施したりしている研修事業者もある。個人リトリートではオンラインで会話をしながら、「今から 1 時間ぐらい家の近くの自然に行ってみてください」と参加者を誘導し、帰ってきてからオンラインでもう一回対話をするのだという。2～3 時間のプログラムだが、参加者からの反応も良い。参加する段階で自然に触れたいと飢えているからか、バーチャルでの実施にもかかわらず参加者の気づきが意外に深く、森の中でリトリートをやっている時と遜色ないようなコメントが出てきて驚かされるという。

オンラインエコツアーを沖縄で実施した自然学校もあった。テレビや新聞で取り上げてもらうなど宣伝効果が大きかったという。この自然学校は「半歩先に行く」ということを大切な理念としているため、新しいことに取り組む事業者というブランディングにもつながり、実績を積みばオンラインでのサービス提供に関するノウハウを提供するコンサルティング業務もできると期待している。オンラインで季節に応じた森との触れ合い方講座や、育児講座、親子でできるヨガクラス、ストレッチ教室、お手当¹¹⁹講座などを、母親たちを孤独にしないよう 2020 年 4 月の緊急事態宣言発令後すぐに提供した森のようちえんもあった。つながりを切らないように並行してオンラインで保護者たちと語り合う会も、父親、母親それぞれに実施したという。また以前キャンプに参加した子どもたちのオンライン同窓会を計画している事業者もいた。

一方、森の中で実施するプログラムをオンライン配信しようとする場合、携帯電話の電波が入らないところが多いので、電波状況が改善されないと実施しづらいとの声もあった。

(2) e ラーニングによってもたらされる可能性

コロナ禍がきっかけで公教育に e ラーニング¹²⁰が導入され、教育そのものが大きく変わっているという。10 年後の夢は、子どもがうちの森に来て 3 時間はタブレットで自分の勉強をし、そのあと 2 時間は山で遊び、そのあと 2 時間は主体的に地場産品を掘り起こしてビジネスに取り組んでいるような教育を提供することだと語る事業者もいる。親子で森に出勤してきて、子どもは青少年教育施設のプログラムで遊び、保護者はテレワークしたり全然違う企業の面白い人と会ったりできるというふうに、場を根本的に変革したいという受託運営者は、そういった提案をすでに県に投げたところだと言っていた。

学校のような授業がオンラインで済むようになれば、逆に実体験の価値が上がると考える事業者は多い。効率的に知識を頭の中に入れていくだけであれば、インターネットの授業で事足りて

¹¹⁹ 妊婦を対象にした頭蓋仙骨療法などの自然療法。

¹²⁰ e ラーニングとは、情報技術を用いて行う学習や学びのことである。

しまう。コロナ禍で、IT 基盤の整備が途上にあり、リモート教育が思うように進められない学校があることも分かってきたという。学校間で明確な格差が出始めており、こうした状況が進んでいくと、教員の前に座って授業を受けるという教育が立ち行かなくなるのではないかと指摘する事業者もいる。

公教育では、売り込みをしなくても生徒が入学することなどから競争原理が働かず、その中で新しい教育イノベーションを起こすのは難しいと指摘する事業者もいる。競争に代わって何が公教育の危機意識を高め得るかという、地方で子どもが少なくなり、学校がなくなることであるという。地方の公立校が、そうした危機感もあってユニークな森林環境教育に取り組んでいる事例は本調査でも多く報告されている。学校を差別化し生き残るために、森林を軸にした教育を提供しようと動く地方の学校は一定数あるはずだと彼は見ている。

近年ビジネス界では VUCA ワールドという言葉が話題となっている（ローランド・ベルガー：2014）。元々は軍事用語であるが、不安定で変化が激しく（Volatility）、先が読めず不確実性が高く（Uncertainty）、かつ複雑で（Complexity）、曖昧な（Ambiguity）世の中という意味で、そのような世の中にどう対応していくかが、企業の存続と発展を左右するという。今の中高生が 10 年後ぐらいに就職や進路を考えるときには、これまで存在しなかった仕事が世の中に出てきていることだろう。激動の時代にあってはいろいろなことに対して並行して関心を持つことが求められる。一つのことに打ち込むという従来型の視点からすれば中途半端に見えるかもしれないが、並行していろいろなことに対する興味を持ちつつ、必要な情報を取捨選択できれば、創造的に人とつながることができる。起業する場合は特に、そういった能力が求められるという。そうした教養の土台として、自然に対する体感や原体験を入れておくことが必須であると指摘する事業者もいる。富裕層の子どもが森林体験をしに来てくれるのは、社会的な地位の高い人やリーダー層の人は、自分自身を客観的に認識するような生き方の基盤がいかに大事であるか分かっているからだという。

（3）社会で求められる人材像と森林環境教育

教育イノベーションが起こらない原因は、最終的には就職のところにありと指摘する事業者もいる。企業側が変われば当然教育側が変わるし、そこにいち早く反応している学校がある一方、詰込み型の知識を問う入社試験が主流のうちは、なかなか教育は変わらないという。企業採用側が変わっていけば、これまで何があっても変わらなかった教育が少しずつ切り崩され、イノベーションが起こっていくのではないかと、この事業者は言う。

森林体験から学び得ることは今後日本の企業が打ち出してくるであろうメッセージと親和性が高いと考えられる。これからの企業・社会が求める人材に必要なとされる資質として、経済同友会は以下の 4 点を挙げ（藤巻：2016）、大学に対してもアクティブラーニングの導入によるコミュニケーション能力の向上を求めている。

- 変化の激しい社会で、課題を見いだし、チームで協力して解決する力（課題設定力・解決力）
- 困難から逃げずにそれに向き合い、乗り越える力（耐力・胆力）
- 価値観の異なる相手とも双方向で真摯^{しんし}に学び合う対話力（コミュニケーション能力）
- 多様性を尊重し、異文化を受け入れながら組織力を高める力

労働政策研究・研修機構（2011）が 3,392 社の企業を対象に実施した調査でも、これまでは企業の決めた戦略を忠実に遂行していく人材に価値を見いだしていた企業が、新しいサービスや製品

の開発など、企業戦略の一端を担ってくれる人材を求めるようになったことが示されている。特に企業がこれから確保していきたい人材として考えているのは、以下のような資質を持った人材である。

- 事業戦略、展開を考えることができる人材（プラス 39.3%）¹²¹
- 自社にない新しい発想を持った人材（プラス 35.1%）
- 部下の指導や後継者の育成ができる人材（プラス 23.7%）
- リーダーシップを持ち、担当部署を引っ張っていける人材（プラス 22.1%）

林野庁では森林環境教育の最終的なゴールを「多様な課題解決を図ることができる人材が育つ」こととしており、そうした人材は企業にも求められている人材だと言えるだろう。森林体験を通じて問題解決能力や忍耐力、コミュニケーション能力、環境適応能力、他者との関係の構築力、グループワーク能力、リーダーシップ、グループダイナミクスの理解など、企業にも求められている資質に対応する能力が養われることが科学的研究を通じて徐々に明らかになってきている（別添 2 を参照）。しかし、どの学齢の子どもにどの程度・頻度の森林体験をさせればどの程度の能力育成が期待できるのかといった踏み込んだ研究はまだ進んでいない。これからの研究が課題となろう。

働き掛けるべきは学校ではなくて企業かもしれないと上記の事業者は提案する。企業側の採用の在り方が森林環境教育の学校への普及を後押ししてくれるのではないかという。楽天が 2012 年に英語を社内公用語化して外国人大量採用にかじを切った時、一般社会にもこれからは英語力が必須だという意識が高まり、英語教育が一気に進んだ。森林環境教育でもそれと似たようなことが起こればいいと彼は期待する。採用側のロジックが変化してきており、これから求められる人材と森林環境教育で育まれる能力はひも付いていると企業から上手に発信してもらえれば、森林環境教育が学校においてもこれまで以上に推進されるだろう。

（4）部活動と森林体験

本調査を通じ、小学校高学年から中学校、高等学校と学齢が上がるにつれ、子どもたちは部活や塾などに通うようになり、結果として日常的な森林体験ができなくなっているという構造的な問題が浮かび上がった。森林の多い自治体であっても、放課後森に行く子どもたちはほとんどいないという。子どもたちにも教員にも負荷がかかり過ぎていると部活動の改革に取り組む教員もいる。一人の人間がいろいろなことにチャレンジできる環境が必要であり、子どもが入る部活動を複数選び、何曜日はどこに行くか自分で選択できるかたちにしたり、季節によって取り組む競技を変えたり、一つのことに打ち込む体育会系といろいろなことを少しずつ経験できるサークル系の 2 本立てにしたりと様々な改革が提案できるという。

しかし、学校でそうした提案をしても、前例のないことには抵抗があり、部活を頑張ってやってきた教員には受け入れられないことが多いという。スポーツ庁の勧告もあり、平日に 1 日休みを作り、土日のどちらかは必ず休みにしていても、大会が近づいてくると休みをなくしてしまうケースもある。大会への出場を目指さない部活動も提案しているが、市の大会に特定の学校だけ

¹²¹ ここに示されている数字は、企業に対して「これまで確保してきた人材」と「これから確保していきたい人材」についてアンケート調査をした際に出てきた割合の差である。

が参加しないということになってしまうことから、学校単位では対応できない場合があるという。

近年では部活に時間をかけ過ぎないという理由で学校を選ぶ保護者もあり、時間はかかるかもしれないが、そういう流れは必ず来るといふ事業者もある。新しい枠組みのもと、森林や地域に関心を持つ子どもを育てられるような提案ができる大人がいれば違ってくるだろうという。4.2.3で述べたように、「地域学校協働活動」などを通じて実際にそうした動きは始まっている。

公教育の中で新しい枠組みを作るのは大変だが、生徒たちが自発的に自由にできる活動を、既存の部活動の枠組みの中でできないかと学校と話を進めている事業者もある。自分の未来を探索する未来探求部や社会貢献部、ソーシャルアクション部、森林部、環境部のような自分で社会課題を見つけ解決策を考えてそれに取り組む課題解決型の活動に取り組む部活動を提案している¹²²。近年のSDGs教育の進展で社会に貢献したいという思いを持つ子どもたちも増えており、そうした子どもたちの良い受け皿になるだろう。

4.2.3で紹介したように、子どもが放課後にやりたいことを自由にやれる部活動に代わる居場所をつくろうとNPOを通じて森林体験を提供している事業者もいる。しかし部活動の代わりに受け皿になれる社会教育団体がない地域は多い。競技によって受け皿がある場合もあるが、そうでない方がむしろ一般的である。サッカー協会のクラブチームなどに参加している子は多いが、指導の質で選んでおり、塾のような感覚だという。社会教育団体と学校側のどちらが中心的に活動を進めるかというところで、子どもたちが板挟みになる例もあるという。財政的に脆弱な社会教育団体も多く、そうした仕組みが成熟するまでには時間がかかることだろう。

(5) 森のようちえんの卒園後

自分で感じ、自分で考え、自分で行動に移し、その結果を全部自分で引き受ける。森のようちえんで成長し、友達と向き合い、話し合い、折り合っていくとする力を自然の中で身に付けてきた子どもは、答えがすべて自分の中にあることを知っているという。しかし、そうした経験を積んだ子どもたちが、小学校になじめない、もしくは小学校以降このような経験を伸ばす場がないというケースが報告されている。森のようちえんを卒園した子の大多数は一般の小学校に進学するが、中にはそうした学校になじめず、学校に行かないことを選ぶ子もいるという。

森が子どもにとって良い影響を及ぼすことは分かっているが、学校に行かなくなったら困ると考える保護者は多い。森のようちえんがオルターナティブスクールをつくると、保護者から子どもに変な選択肢を与えるなど歓迎されないこともあるし、取りあえず普通に学校に行ってほしいという保護者が圧倒的に多いという。現実には、早く子どもを大人にしたい、いっぱい勉強して素敵な大学に行ってほしいと考えている保護者が多く、「近くに学習塾ありますか」というような相談を受けたりするとコメントする森のようちえん事業者もいた。

一方、すでに学校を休んでいる卒園児の保護者からはオルターナティブスクールの存在がありがたがられるという。何とか学校に引っ張り出そうとしても、子どもは拒否反応を示し、学校に行かせても子どもの幸せにはつながらないということを保護者が仕方なく受け止めていくとき、学校以外の受け皿があることは大きな安心感につながる。そうした学校に行かないことを選択した子どもたちから「神様だ」「ここを作ってくれて本当にありがとう」「僕たちが大きくなった

¹²² 福島県立石川高等学校の「インターアクト部」など、社会貢献活動をその主活動とする部活動の実践例もすでに見られる。「インターアクト部」では地域と協働し猪苗代湖水草除去活動などに取り組んでいる。

<http://ishikawa-gijuku.ac.jp/high/club/>

らここに寄付をする」と感謝される事業者もあった。常に生命エネルギーにあふれている森にいと、命と向き合い、彼らは小学1、2年生のうちから「命と対話」していることを自覚しているという。森のようちえんをやっているだけでは立ち会えない、幼児期に森で育ってきた感性が学童期に深化し開いていく様子を目の当たりにできるという。

森林で伸び伸び子どもを育てたいという保護者だけが集まり、それ以外の志願者を断ることもできる森のようちえんとは異なり、公立学校はすべての保護者の子どもを対象に教育を提供しなければならない。伸び伸び子どもを育ててほしいという保護者もいれば、学力向上を第一に考える保護者もいる。何か子どもに問題が起これば責任を問われるのは学校であり、なかなか自由度も上げられないという教員からのコメントがあった。学校現場ではオルタナティブスクールの生徒を受け入れることが仕事の負担になって煩わしいと感じ、なかなかポジティブに捉えてもらえないと語る事業者もあった。どんな子どもも学校に戻ることが最善という意識は、まだ学校現場で根強いという。一方、あるオルタナティブスクールでは、3分の1の生徒がきちんと将来を見据えた明確な選択として一般の小中学校に戻り、3分の1が漠然とした不安から一般の小中学校で学ぶ選択をして離れていくという。子どもの将来を決めるのはあくまで子ども自身であるという考え方もある。

多様な子どもたちがいるように、教育、学びの場、育ちの場も多様な場があつていいし、その子どもに合った育ちの場、学びの場を社会が提供していくことが重要であるというコメントもあった。インターネットを利用したオンラインの高等学校や中学校¹²³もできるなど、学ぶ場や学びのかたちも多様化している。様々な学びの場が連携し、子どもが多面的な視座を持てるようサポートしていくことがポスト・コロナ社会ではより一層必要とされていくことだろう。

4.3 森林体験サービスの持続性確保

4.3.1 経営改善

森林体験や森林環境教育を提供している事業者が置かれた経営環境は厳しい。子どもの教育でお金もうけはいけないという考えがいまだに根強いこともあり、森林体験に対して払うべき対価として多くの顧客が考える額は低いという。世の中から森林体験をなくさないためにも収益強化を真剣に考えないといけないと危機感を持つ事業者も多い。コロナ禍で多くの事業者が存続の危機に直面している状況であり（日本環境教育フォーラム：2020）、森林環境教育を持続的に推進していく上でも、事業者の経営改善は欠かせないであろう。

(1) 森のようちえん

2.1で述べたように森のようちえんの経営状況は一般的に厳しい。昇給、ボーナス、福利厚生はほぼ皆無という園も珍しくなく、若いスタッフを育てて独立してもらいたくても、スタッフがその夢を持てるほどの給与が払えないという。2～3年は継続勤務してもらえても、なかなか5年、10年と残ってもらえない。

2019年10月から実施されている共働き世帯の保育無償化は、森のようちえんの経営にも大き

¹²³ 学校法人角川ドワンゴ学園はインターネットと通信制高等学校の制度を活用したN高等学校（学校教育法的一条校）とN中等部（一条校ではないため一般の小中学校に籍を置きながら利用する）を展開している。特に中学生年代に対応するインターネットベースの学校はこれまでなかったため、新しい貴重な選択肢として評価されている。

な影響を及ぼしている。周囲の一般の幼稚園や保育所が無償化¹²⁴され保育料が無料になる中、月 3 万円程度の保育料であっても保護者から支払ってもらい続けるのは大変である。無償化が始まったことで、自主保育系の森のようちえんには顧客が集まらなくなる現象も見られ、淘汰が始まっている。生き残るための工夫が必要とされる中、森のようちえんを認定こども園化するなど、保育事業者としての認定を受けて無償化を目指す動きも出てきている。保育事業者として公的な認定さえ受けられれば人件費の大部分を公費で賄えるため¹²⁵、予算規模も数倍になり安定した経営が可能になる。子どもを受け入れる拠点として園舎を持っていることが無償化の条件とされているため、クラウドファンディングなどを活用して準備を進めている園も見られる（4.1. 2（1）参照）。

2020 年 12 月 21 日に閣議決定した子ども・子育て支援新制度の 2021 年度予算案では、これまで幼児教育・保育無償化から除外されていた森のようちえんに対しても、要件を満たした場合¹²⁶、幼児 1 人当たり一律に月額 2 万円が給付される見込みとなった¹²⁷。これにより公的な認定を受けていない自主保育系などの園の経営も一定程度改善されることが期待される。しかし認定を受けた認可外保育事業者が幼児 1 人当たり月額 3 万 8,000 円まで給付を受けられることを考えれば、相当な経営努力が必要とされる状況は続くであろう。

森のようちえんの活動は様々な行政課題につながりやすく行政が応援しやすい。「子どもの健全育成」はもちろん、「幼児の環境教育」「子育て支援」「少子化対策」「地域振興」「新しい森林の利活用」など、運営する側としては様々な行政系補助金を申請しやすいという利点がある。補助金を活用する中で、行政との信頼関係も構築できる。こうした行政に対する積極的な働き掛けは経営強化の有効な方策でもある（浅井：2019）。

森のようちえんの経営で最もコストがかかるのは人件費だが、4.1.2（2）で紹介したように、保護者にボランティアでの保育参加を求めることで、保護者の「母親力」の強化と人件費の低減を実現している園もある。

大きな投資を避け、公共の野外体験施設のキャンプ場や緑地公園を利用して保育を実施している森のようちえんもある。公共施設を利用すれば、雨や雷のときに逃げ込める管理棟やトイレなどの施設のメンテナンスも行政がしてくれるため、そこにお金もマンパワーもかけずに済む。本当に山の中で森のようちえんを運営しようとするれば、トイレや避難場所などを自己投資で設置しなければならない、コスト増は避けられない。上記のような様々な努力と工夫で経営強化を図ることが持続性を担保する上で必要とされるだろう。

数は少ないが公営園では経営自体は自治体の業務になるため、園レベルでは保育に集中できる。しかし全国的に保育士が不足しているため、自治体が十分な保育士を確保できるかどうかを経営上の一般的な課題となっている。

¹²⁴ 幼稚園については満 3 歳から、保育所については 3 歳児クラス（3 歳になった後の最初の 4 月以降）から無償化された。

¹²⁵ 3～5 歳児の場合、園児 1 人当たり最大月 3 万 7,000 円の公的補助が受けられる。

¹²⁶ 現在無償化の対象となっている幼稚園等と同じ設備や開所時間、さらに適切な会計処理が確認できることなどの要件が定められている。「幼稚園教諭や保育士などの有資格者が 3 分の 1 以上いること」や「1 日 4 時間以上 8 時間未満、週 5 日以上、年間 39 週以上」などの必須条件さえ満たしていれば、面積基準を満たしていなくても自治体の判断により給付対象になり得る。なお保護者も共働きをして保育認定を受けないと無償化の対象にはならない。

¹²⁷ 幼保無償化対象外「森のようちえん」「朝鮮幼稚園」幼児らにも 2 万円給付 すべての子ども支援へ最後のピース <https://www.fnn.jp/articles/-/125019>

(2) 自然学校

ボランティアやスタッフの質を確保し、付加価値を付けながら一つ一つの体験の質を上げ、経済的に裕福な子どもたちをターゲットとして高単価で販売するかたちにしないと経営が回っていかないと考える事業者は多いという。森林体験プログラムは、過去 10 年ほどずっと値上げ基調となっているという。

ありのままの自然を知らない保護者が増えており、必然的に保護者に手ほどきしてもらえない子どもが増えている。自然体験に誘導してあげるきっかけづくりがますます必要となる一方、指導員に対して相応の報酬を払うという意識はまだ低い。一般の人々が考える森林体験の指導の対価は安価であり、プロが質の高いプログラムを組んでも採算が合わないのが実情である。そのため入門的なプログラムはボランティアスタッフ中心で安価に、本格的なプログラムはプロが対処しそれなりの対価を取って、明確な価格戦略を持って事業を展開している事業者も複数見られた。一度プログラムに参加してその価値を理解すれば、保護者の財布のひもも緩むという。

不動産を持つことで運営コストを下げ、社員の安心にもつなげている事業者もある。この事業者はかやぶきの古民家を購入・改修し、キャンプ施設として利用している。自社物件に宿泊することによって宿泊費や食費を落とせる。その差額だけで、ローンは十分払うことができ、8 年で完済したという。コストを下げながら資産が生めるし、古民家での宿泊が顧客を引き付けるアピールにもなる。また自社物件を持っていることで銀行などへの対外的な信用も上がる。

少子化の中、子どもキャンプだけでは先細りなので、2019 年まではインバウンド需要を取り込もうと計画していた事業者もある。今、中国ではスキーが流行していることもあり、海外の子どもたちに日本の雪や冬を体験させるプログラムは、インバウンド向けの魅力的なプログラムになる。残念ながらこうした新しい試みは、コロナ禍で宙に浮いてしまっている。

3.3.1 で紹介したように、きめ細やかな顧客対応を実現するため IT 技術を導入している事業者は多い。修学旅行の学校を年間 250 校ほど受け入れている事業者では、この学校は前年来たのか、何かトラブルはなかったかといったことが大事な情報になる。そのため、そうした情報を顧客管理プラットフォームで一元管理し、顧客満足度の向上につなげている。プラットフォームの導入費用をかけずに、自社で情報管理システムを構築している事業者もある。顧客が自然体験プログラムを購入する際にウェブサイトでの会員登録を求め、アレルギーの有無や、同伴希望などの情報を書き込んでもらい、データとして残しておけば、リピート時の対応はできるという。

女性職員の多い事業者では、働く時間帯がまちまちなのでグループウェアを導入し情報を共有しているという。コロナ禍もあり、事務仕事のための通勤が減らせることも期待されている。

対顧客販売プラットフォームの改善も有効な経営改善手段となる。旅行業登録を行い、同時に予約管理システムを導入した事業者も複数あった。受付管理や顧客管理は新しく設立した旅行代理店で一元管理し、以前からあった一般社団法人は体験プログラムの企画実施に特化できるようになった。別の業者は旅行業登録を行って全国旅行業協会の正会員になることで、協会が提供するクレジットカード取り扱いサービスも利用できるようになった。顧客がクレジットカードで決済できるようになったことで、利便性も大幅に向上し、事務作業負担が軽減した。

一方で国公立青少年教育施設の予約管理は、いまだに紙ベースやエクセルベースで動いていることが多い。営業相手は学校であり、主要な連絡はいまだにファクスで行われているという。まだ E メールに移行していない学校が多いからである。全部紙ベースなので、職員の経験と勘に頼

らなければならず、結果として 1 年前から予約を調整して、学校を割り振りしないと間に合わないという。指定管理者として公立の青少年教育施設を受託運営する民間事業者は、オンライン化も自分の判断ではできないというのが最大の難しさだという。コミュニケーションを取りつつ市役所の担当者と手続きを進めるのだが、手間がかかるという。またパーク PFI を使って自主事業をできる可能性があっても、そこまで話が及んでいないことも多いという。

NPO 部門と株式会社部門の両方を持ち、顧客によって使い分けながら運営している自然学校も複数あった。公共的な申請は一般社団の方が通りやすいが、銀行融資は株式会社で借りた方が迅速であり、信用が全く違うため、NPO と株式会社の使い分けは大事だという。公共性をアピールすることで行政から便宜を受け、行政の施設の一部を事務所として貸与してもらい、大幅に経費を削減しているケースもあった。実質、家賃補助を受けているのと同じである。

指定管理者としての事業と、自然学校本体の事業を戦略的に使い分けている事業者もある。指定管理では管理料という固定費が取れるが、制度上利用者収入で収益を上げることが難しい。そのため自然学校本体の自主事業の参加費は高くしてある。しかし、それだと経済的に余裕がある顧客しか参加できなくなってしまうので、収益を上げられるところでは収益を上げ、同時に格安で森林体験できる施設も運営して、すべての人に森林体験を届ける。収益を取る部分で収益を上げるとは、組織の持続性の確保につながるだけでなく、すべての人に安価なサービスを提供する部分を守ることにともつながる。その収益構造をどう考えるかというのが非常に重要だという。

多くの自然学校が NPO として運営されているが、NPO は多様な収入源を持つことが特徴である。主催事業収入を中心とした自主財源のほかに、助成金や補助金などの他財源も持つことができる。自主財源は使途の自由度が高いが、他財源は自由度や継続性が低い。自主財源の割合が大きいほど経営は安定し、他財源が多いほど経営は不安定になる。自主財源と他財源の割合を「7 : 3」にすることを心掛けている事業者も見られる（辻：2011）。自主財源 10 割を狙わず 7 割に抑えるのは、多様な財源を確保してリスクを分散したいからである。コロナ禍をはじめ、主催事業に何かのトラブルがあったときに極端に経営が厳しくなってしまうリスクを回避することは、組織が生き残る上で重要である。

3 割程度を他財源で確保することはリスク回避のほかにも意味がある。補助金や助成金などを受けること自体は悪いことではない。財源を拠出する自治体や企業など、他団体との連携や協働のチャンスも増えるからである。質の高い連携や協働が求心力を持ち、次の仕事を運んでくる。諸団体との連携を積極的に模索しつつも自主事業を強化し、自主財源と他財源のバランスを取っていくことが求められている（辻：2011）。

自主財源を強化すると言っても、自然学校はもうかる業態ではない。しかし、そこで本業ではなく副業に手を出すのは勧められないという事業者もあった。この事業者は副業に手を出して何度か事業を倒産させてしまった苦い経験から、苦しい時こそ自然体験や学びを軸とした魅力あるプログラムを企画し、本業で稼ぐことの重要性を説く。学びを軸とした本質的な価値を提供してこそ、広く一般に対して訴求力を持ち、顧客や他団体との深いつながりが生まれ、新しい仕事につながるからである。

(3) キャンプ場

キャンプ場の経営課題は施設の規模によって異なる。規模が小さいところだと人手不足や資金が問題になり、設備投資ができないなどの課題を抱えていることが多い。規模が大きくなると、

ホテル・旅館業界と同じようなかたちでオペレーションの効率化を図るため、IT や IoT¹²⁸を活用したり、スマートチェックイン機能を備えたりするニーズが出てくるという。

また契約形態や従業員に対するインセンティブの欠如により、経営改善が妨げられるケースも報告されている。公営キャンプ場の場合、売り上げを追求しなくても従業員の雇用は保証されている。指定管理でも年間の管理料が固定され、利用者数に応じたインセンティブがない場合に、集客して利用者が増えると安全管理の難易度が上がるので、インターネット集客に対して否定的になるケースもあるという。一方、キャンプ場の運営母体である自治体としては、集客したいと考えており、現場との温度差を感じるという。

反対に、自由度が高く、利用者数に応じたインセンティブ契約を行政と結んで指定管理を行っているキャンプ場では、積極的にサービスを改善し、集客して売り上げを伸ばそうという意識が高いという。ワーケーションサービスの導入など新しい試みを振興し、ライト層や別関心層にアピールしていく上で、より適切な契約形態を取ることが行政側にも求められている。

(4) 研修実施事業者

社会人向けに森林を利用して研修を実施している事業者から本調査を通じて得られた、経営改善に関する情報は限定的であったが、できるだけ自社で施設を持たず、無駄のない経営を心掛けている事業者が複数あった。ある事業者は自社で施設を持たずにパートナーと提携することを基本的な運営形態とし、キャンプ場やホテル、研修施設などと組んで事業を進めている。提携施設の職員に対して研修指導者になるための研修を実施し、事業の拡大を進めている。別の事業者は、柔軟な経営を実現するため、株式会社登記に必要な社長だけを置き、残りの全員は業務委託というかたちを取っている。それぞれ別の仕事を持つ人が事業に共鳴して集まり、プログラムを開催するときには力を合わせて運営している。固定費を削るためオフィスも持っていない。

プログラムをパッケージ化し、アウトドアミーティングの時間やファシリテーターを入れたチームビルディングの研修、ビジョン共有の研修などをオプションとして追加していくかたちで販売することで、サービスメニューを標準化し、必要な準備を最小化している事業者もあった。企業に対してはオプションも含めて柔軟かつ明快にサービスの提案ができる。標準化されたモジュールを組み合わせるだけなので、提携事業者を研修指導者として育てることも、サービスの質の標準化を図ることも比較的容易になるという社内的なメリットもある。

旅行業資格を持たない事業者が、森林への移動をアレンジする際、現地集合・現地解散で対応しているケースもあった。旅行代理店を利用しないことでコストの削減を図っている。一般の企業研修では参加者数が 20 人程度であることが多いため、企業側が自分で切符を手配できる。現地での移動は宿泊施設の送迎バスで対応したり、タクシーを利用したりしている。地域内を巡る必要がある際は、地域の観光バスで東京に参加者を迎えに行くかたちを取っている。そのほか各地のパートナーにキャンプ用品を保管してもらい輸送負担を軽減しているケースも報告されている。

(5) 求められるコンサルティングサービス

本調査では、森のようちえんや、自然学校、自治体に対してコンサルティングサービスを提供

¹²⁸ Internet of Things : モノのインターネットとは、様々な物がインターネットに接続され、情報交換することにより相互に制御する仕組みである。

している自然学校に対してもインタビューを行い、経営改善のためにどのようなコンサルティングサービスが求められているのかを探った。

森のようちえんが生き残るためには、いかに自分たちがやっていることの価値を発信していくかが重要だという。森のようちえんが提供できる価値を求めている保護者は絶対に地域にいるが、多くの園ではそういう人たちに存在を知ってもらって出会うチャンスがない。自主保育の保護者たちが身内の中だけで活動しては、仲間は集まらない。コンサルティングでは、面倒なことを自分たちの手でやることの価値を自分たちの言葉で伝えることについて考えさせる。SNS もフル活用しながら、それをどう発信していくかについても重点的に指導しているという。

自然学校が最も必要としているのは、組織を盤石にするための支援だという。どういうサービスをいくらぐらいで提供し、そのためにどういう人材を育成すべきかについて指導する。また近年では地方自治体に対するコンサルティングの需要が大きく増加している。地域で自然学校を育てたい、地域の NPO に役割を担ってもらいたいので自然学校の組織運営や人材育成について教えてほしい、というニーズである。地方でも 20~30 人雇用でき、外部から人を呼べるというのが地方の自治体にとって大きな魅力になっている。自然学校の担い手となるような NPO がすでに存在している自治体では、その NPO を強化したいという需要がある。NPO の指導者に必要とされる心構えや学校教育と連携する際の配慮、効果的なガイドの仕方、子どもたちに接するときに必要なスキルなどについて指導を求められることが多いという。

プログラムの実施業者に販売実績や顧客属性などのデータを提供したり、体験の磨き上げのためのノウハウを教えたりするなどの支援を行っている中間業者もある。一般に、そうした事業者は自治体などの行政から仕事をもらうことの方が圧倒的に多いという。行政が地域の事業者の経営強化をお膳立てしているかたちである。コロナ禍にあって多くの事業者の間で変化していかねばならないという自覚が高まっており、生き残るために必要な情報を欲しがっている。先進的な同業他社などが何をやっているのか、どうやって生き残っているのかを知りたいという声が上がってくるという。

これまで述べてきたように、各事業者が大小様々な手段を駆使して収益基盤を強化し、リスクを低減し、コストを削減することで経営強化を図っていることが本調査でもうかがえた。会社組織であっても、NPO 形態を取っていても、鋭敏な経営センスが求められる時代である。各事業者は生き残りをかけて経営強化に取り組む必要があるし、そうした事業者と連携する行政もそのことを強く認識しながら、契約形態の改善などを通じて事業者の柔軟なサービス提供をサポートしていく必要があろう。

4.3.2 人材確保・育成

人材確保に頭を悩ませる事業者は多い。従来、給与より「やりがい」で人を引き付けてきた業界であるが、それだけでは質の高い職員やボランティアがなかなか確保できなくなっているという。キャンプで深夜超過勤務などがあっても給与に計上していない団体は多いとのコメントもあった。昨今、労働者の権利問題が課題となっているだけに対応が必要である。人材の確保が難しいことから次世代に不安があるという事業者は多く、一家の生計を立てられる給与額ではないと問題を認識する事業者もある。

子どもたちにできるだけ安くプログラムを提供するということは大切ではあるものの、購買力の高い顧客には高品質・高単価のプログラムを提供して利潤を上げ、職員に還元することがやは

り重要である。経営力強化は人材を確保する意味でも欠かせない。長年の事業の積み上げによるブランド力で人材は確保できているという事業者も中にはあるが、人材確保・人材育成に成功している事業者は、様々な工夫や努力をして経営力を強化していることが本調査のインタビューでも浮かび上がった。

(1) 質の高い職員の確保

自分の働き方を見つめなおして、地方で働きたいという人たちがアクセスする求人サイトに求人を出し、人材を確保している事業者もある。大都会の超一流企業で働いていながら、地方で働きたいと考えているような人を採用している。前職の経験を生かし経営ができる人材やITができる人材を採用するため、基本的に自然一辺倒の人や新卒は採らず、組織人として働く素養を持った人を採用しているという。この事業者は個々の社員の裁量で事業や拠点を回す社風ができているため、自分の責任においてコミュニケーションが取れ、起業家精神を持って仕事に望む人材を重視している。

教育系の資格や保育士資格を持つ職員が多い事業者では、その利点を生かし、幼児向けのプログラムを強化しているところもある。また子育て期の母親の隙間時間を活用してもらうため、都合の良い時間に働けるようにグループウェアを導入するなど、女性の力を生かす方策を取っている。配偶者の給与があることから、多少給料が安くてもやりがい重視して働いてくれるという事情もあるという。

コミュニケーション能力の高いスタッフを内部で育てることを重点的なテーマに人材育成を図っている事業者もある。あの職員が良かったからまた来たい、と顧客に感じてもらうことを目指している。顧客が「ひと」につき、特定のスタッフに対応してもらえるかどうかを確認して参加するようになることも多いので、リピーターを増やす上で重要な戦略となる。

(2) ボランティアの確保と育成

森林体験プログラムを提供するに当たり、大学生ボランティアが現場スタッフの多くを占める事業者も少なくないが、ボランティアスタッフが昔ほど集まらないという。報酬が安く、リゾートバイトのように見えても、実際は子どもの世話ばかりで休憩も十分に取れず、子どもと同じ部屋で寝るためよく眠れないこともあるという。本当に子どもが好きな人か、保育や教育を目指している人が参加しているが、数は減っている。保育系の学生は女性の方が多いこともあり、特に男性参加者は減っているという。事業者が専門学校の講師を引き受けている縁でその学生に声を掛けたり、アウトドア系専門学校や保育の大学の学生と連携してサークルを作って人材を育成したり、アルバイト募集サイトやボランティア募集サイトを利用して人材を確保している事業者もある。

そんな中、4.1.4 (2) で紹介したように、以前キャンプリーダーをやっていた子どもたちが大学生になり指導員として戻ってきている事業者もある。その事業者では年間2回8時間にわたる救急法の研修を受けないとボランティアになれない。夏であれば熱中症、冬であれば低体温や凍傷などキャンプに特化した研修を提供している。ボランティアに研修参加を義務化し、登録するためのハードルを上げることは、安全管理体制を高め、真にやる気のあるボランティアを集める意味でも効果的だという。この事業者は参加者や研修担当者の意見を吸い上げ、社会に出てからも使える実務的な内容も定期的な研修に盛り込んでいる。例えば「作文の書き方」などもテーマに

し、ボランティアが参加したいと思える研修を提供するなどの工夫をしている。レポートをどういうふうにまとめて、どういうふうに上司に報告したらいいかなどを盛り込んだ研修であり、キャンプ参加児童の保護者に対する報告書がしっかり作れるようになり、対面での保護者対応も端的に行えるようになるなどの効果があるという。

また 4.1.1 (1) で紹介したように、大学と提携し、正規授業の一環として学生がキャンプのボランティアスタッフとして参加する仕組みを整え、人材を確保している事業者もある。ここで大学生ボランティアに求められる資質はアウトドアスキルではなくて、子どもと向き合い、困難を乗り越えていくことを促す力だという。これは後述する学校教育に関わるボランティアに近年求められている資質とも共通する。

学校現場では高齢者が中心のボランティアに協力を要請して森林環境教育プログラムを実施することも多い。「森の案内人」のような制度を作って有償ボランティアを育成してきた県もある。高齢者は上から知識を「教える」スタイルであることが多く、子どもたちに「気付かせる」ようにファシリテーションすることができず、新しい学習指導要領についての理解度も高くない傾向があるという。昔ながらのボランティアガイドが学校に入ると、子どもの話を聞かずに自分が話したいことを話してしまったり、「静かにしなさい」とお説教が始まったりすることもあるという。タブレットがあれば画像検索で木の名前などすぐ検索できる時代に、植物を紹介する観察会のようなガイドは子どもに受け入れられないと指摘する事業者もあった。どうしてこの木がこういうところに生えているのかといったことを歴史・文化的な背景も含めて子どもに考えさせることができないと中学生レベルには対応できないし、そこまで勉強し、ファシリテーション能力も兼ね備えたガイドは少ないという。

青少年教育施設でボランティア講師をする高齢者も、老後の趣味の延長感覚の人が多いという。子どもたちからお金を取ってはいけないという意識が強いこともあって若手に引き継ぐことができず、後継者が育たないという。近年では一般企業での雇用期間が延びており、若いシニアが入りにくい時代でもある。若い保護者世代が実施するプログラムには次世代が入ってきているので、プログラムを順次切り替えていくという事業者もあった。

一方、高齢者の有償ボランティアを会員制にして管理し、上から教えるのではなく子どもたちに考えさせることができるよう、シーズン前に 3 回以上研修会に出てもらって質の向上を図っている事業者もあった。プログラムごとに学校の先生から評価表を出してもらい、問題があれば伝え、1 年に 1 回集約して振り返りをしている。この事業者は指導者養成講座も実施しており、講座の修了生が有償ボランティア会員として加わっている。そのため一定水準の知識をすでに持ち、理念も共有している人材が、有償ボランティアとして活躍している。別の事業者は高齢者であってもプログラムの主担当として実施を任せ、パソコンで報告書も書かせる。事業別収支を出して、赤字ならば指摘する。そうすると収支もきちんと合わせるようになるという。

4.3.3 広報・集客

利用者がサービスの存在を知らなければ、どんなに良質なサービスでも利用されることはない。本事業でインタビューを実施した事業者も、ホームページ、SNS、直接営業、体験会、イベント、チラシ配布、プレスリリース、企業とのタイアップなど様々な手段で広報を行っている。上手に広報戦略を立てることができれば、新規顧客の獲得につながる。子どもたちに森林体験をという媒体と、企業向けの研修では全く違うので、ターゲットに合った広報戦略を取ることが大切であ

る。

(1) インターネットを利用した広報

インターネットを利用した広報は広報の主幹をなすものになっているが、その取組は事業者の間で二極化していることが本調査でうかがえた。「更新の頻度が下がると見てもらえなくなる」と、ほぼ毎日ホームページを更新している事業者や、SEO¹²⁹に投資して検索結果の上位に表示されるようにしている事業者もある一方で、通常業務をこなしながらのホームページやフェイスブックの更新であるため、更新間隔がひと月ほど空くこともある事業者もある。

ホームページなどのインターネットメディアの効果は大きい。本調査で実施した森のようちえん利用者に対するアンケート調査でも、インターネットは多くの顧客にとって事業者を認知したり、情報を集めたりする手段となっていることが確認できた。ホームページをきっかけに視察や取材を受け、マスメディアによる PR につながったという事業者も多い。

一般企業で広報やマーケティングの経験がある職員を専従として置くことができれば大きな違いを生むが、それができるだけの経営体力がないという事業者も多い。多くの事業者は経営規模が小さいこともあり、ホームページの更新や SNS の発信を、IT に強い若手職員に任せているというのが一般的である。状況を改善するため、ホームページをワードプレス¹³⁰にして更新を容易にし、各職員に頻繁に更新させる仕組みを構築した事業者もある。ホームページの更新を IT に強い元ボランティアにパートとして委託したり、デザイナーと契約してホームページのほかチラシや報告書の作成、アメニティグッズの作成などデザインの部分だけを外注したり、SNS やホームページのデザインの有料コンサルティングを受けている事業者もあった。オンラインでの魅力をアピールすることが求められていることもあって、動画作成を外注する事業者もある。自社で動画作成を行う事業者も多いが、動画や映像が自分だけで撮れない、十分な機材がなく編集に時間がかかる、といった課題を抱えていることも多い。

フェイスブックを中心に、SNS も情報発信手段として活発に利用されている。近年では口コミも SNS を介したものが主流になっている。フェイスブックユーザーの年代構成が上昇している¹³¹ことから、若年層に強いインスタグラムの併用を始めた事業者もある。3.1.1 でも紹介したように、未就学児・乳児と母親を受け入れている森林ビジターセンターでは、ママ友の口コミを狙って保育育児関係の SNS で発信している。子育てに関しては互いに共感し合える層が意外と狭く、子どもが成長すると森林体験に対する関心からも「卒業」してしまう。SNS などでも子どもに体験させることの価値を伝え続け、つながり続けてくれる人がなかなかいないのが課題だと指摘する事業者もあった。

プログラムを売るための広報と NPO 的な広報を 2 つに分けて実施することが必要だというコメントも得られた。フェイスブックで「いいね」を押してくれる人は、プログラムの参加者ではなく、活動理念に共感した人だとこの事業者は分析している。将来の理事や評議員、NPO に対して社会的な知恵を与える人になってくれるファンを作るための広報も必要であり、メディアを使い分けているという。

¹²⁹ 検索エンジン最適化 (Search Engine Optimization)

¹³⁰ ワードプレス (WordPress) とは、ブログから高機能なサイトまで作ることができるオープンソースのソフトウェアである。<https://ja.wordpress.org/>

¹³¹ 「LINE、Twitter、Instagram の利用率が伸長、Facebook は若者離れが顕著」、<https://webtan.impress.co.jp/n/2018/10/29/30848>

森林体験の効果や効能について、一般に向けた認知拡大ができていないことを課題として挙げる事業者もあった。森林体験を得ていると、体幹が鍛えられ土踏まずの形成が進む、アトピーやアレルギーがある子どもが少ない、夜泣きする子どもが少ないということは経験的に認知しているが、数値化して顧客に伝えきれていないのだという。本調査でも既存の研究や文献のレビューを行ったが（別添2）、幼児や学童が森林体験を行った際のこうした医学的な効用に関する研究については確認できていない。また森林環境教育が人材育成に貢献できるという科学的エビデンスの蓄積が必要であろう。

(2) 体験会開催や直接営業

体験会の開催は、実際に顧客にサービスを知ってもらうために効果的な手段である。森林体験の良さは体験しないと分からない面も多いため、体験会は森林体験商品と親和性が高く、利用を促す効果が高いと事業者の評価されている。

園庭解放の日を設けて保護者の自由な参観を可能にしたり、無料体験を随時受け付けていたりする森のようちえんや森の学童保育が報告されている。

企業の研修担当者やメディア関係者を招いて毎月体験会を開催している研修事業者もある。参加者に会員登録をお願いし、定期的にメルマガを発信するなどの働き掛けも行っている。また研修利用企業を数カ月後に訪問し、研修での気づきがどう業務に生かされているかフォローアップを行っている事業者もある。この事業者では、研修参加後に参加者同士が定期的な集まりを行うこともあり、それに参加することもあるという。

県レベルで協議会を組織し、年に2回、春は夏向け、秋は冬向けに教育旅行の訪問営業を行っている事例も報告されている。首都圏の学校や教育委員会に対して県内で提供できる教育旅行商品を紹介し、販売している。教育委員会の担当者が納得すれば、教育委員会として学校に商品を紹介してもらえするという。自治体や学校教育機関に対して個別に営業活動を行い、口コミで利用を広げているキャンプ場もある。

(3) イベントの開催

広報を目的としたイベントを開催する事例も報告されている。4.1.2 (1) で紹介した森のようちえんでは、首都圏でのワークショップを2カ月に1回開催し、関係人口を増やすことに成功している。新園舎を建設するためのクラウドファンディングの呼び掛けを行った際も大きな反響を得て、予想を上回る資金を集めた。

地元自治体の協力を得て、区役所のロビーで年2回活動写真展を行っている森の学童保育事業者もある。森の学童保育の認知はまだ一般に進んでいないこともあり、貴重な広報の場になっているという。

オンラインイベントを開催する際はラスト1週間で数が動くという。最後はマンツーマンであなたに来てほしいと訴えることが効果的だと経験を語る事業者もいる。フェイスブックで告知を繰り返すのはもちろん、一日の発信制限を超えてチャットアプリが停止になるぐらいメッセージを送付することもあるという。

(4) 学校へのチラシ配布

NPO形態を取っている自然学校などの非営利事業者ならば、教育委員会の後援を得て学校にチ

チラシを配布することができる。関西ではチラシの学校配布は一般的であるという。チラシがホームルームで各生徒に配られ、それを子どもたちが見て、保護者がキャンプ商品を購入するという。チラシを見た保護者はホームページを見るので、保護者が不安に思っている点について丁寧に説明し、不安を解消するようなホームページにしているという。

教育委員会の後援を得ることができれば学校にチラシを配ることができるのだが、校長や教頭の判断が必要になることから、その確認をしてからの配布になる。電話で説明すればほぼ大丈夫だが、まれに有料のプログラムのチラシだからという理由で配布を断られることもあるという。自然体験は無料でできて当たり前で、お金は不要と考える教員もいるためである。

国公立青少年教育施設も教育委員会の後援を得て、学校にチラシを直接配布している。一般個人向けのイベントでも学校でチラシを配布することができる。チラシにはホームページの QR コードを載せているが、そこまでは紙媒体というかたちになっている。

(5) プレスリリース

プレスリリースを丁寧に流して、地元中心に新聞社に問い合わせてもらえるようにしている事業者もある。地元のラジオ局にも定期的に呼んでもらえる関係を構築している。中には年間平均で 60~80 件ものマスコミ取材を受けている事業者もある。広告費を必要とせずに広告以上の高い広報効果を生んでいるが、漫然とプレスリリースを流しても記者は取材に来てくれないという。プレスリリースでは、政治や社会の動きを敏感に捉え、今何が世の中で取り上げられているのか、何が中心的な話題なのか、一歩先の時代では何が求められるのかなどについて整理し、このような時代だからこそ自分たちのやっている事業が重要であるとアピールすることが重要であるという。また、そこでしか取材できないニュースにすることも有効である。ただ説明するだけでは伝わらないので、興味を持ったマスコミと入念に話をし、自分たちの事業について理解してもらい、信頼関係を築くことが重要だという。一つ一つの関係づくりを丁寧に続ければ、知らず知らずのうちに認知度が上がり、顧客も増えていく。地元新聞に掲載されれば、それを読んだラジオ局やテレビ局が取材に来る。その次には東京の雑誌や新聞社、テレビ局が来る。お金のないへき地での広報は、様々なメディアの相乗効果を目指すことが得策であるとの事業者は言う(辻:2011)。

(6) 企業などとのタイアップ

森林体験や青少年教育は、公益性が高く、大衆に向けたイメージも良いため、企業などから協力を持ち掛けられることもある。自動車会社のイメージ戦略で提携し、車の貸与を受けた事業者や、一般企業の CSR 活動の一環としてホームページを改善してもらったという事業者が報告されている。タイアップを通じて大企業に自社の活動を紹介してもらうこともできる。そのほかに、旅行ガイドブックに取材協力することで、自社の情報をガイドブックに無料で掲載してもらうといった事例も報告されている。

(7) 広報と実体験のバランス

実体験で顧客の期待を超えられるよう、戦略的に広報を行うことが重要だと指摘する事業者もあった。特に重要なのは、事前にプログラムのすべてを顧客に見せないことだという。例えば森の中の沢を歩き滝に案内するというプログラムでは、滝の写真を出してしまうと「答え合わせ」になってしまうので、ホームページやパンフレットでは滝の手前までしか見せない。登山プログ

ラムでも山頂からの景色の写真だけは絶対に見せない。ツリークライミングの広報でも樹上からの写真は見せない。自分で体験してくださいという部分を残しておくことが重要だという。ホームページやチラシ、パンフレットに載せるプログラムの構成と実際に参加者が体験することのバランスを考えておかないと満足度は上がらないという。広報では抑えめにして、実体験で期待を超えるのが、リピーターを生む一つのやり方の方である。

4.4 森林環境教育のさらなる推進に向けてできること

最後にここまで整理してきたことを振り返り、森林環境教育のさらなる振興のためにできることについてまとめる。

森林環境教育を推進するための連携体制を築くには、①相手の目的・立場に立って考えて課題を聞く、②人と人をつなげる取組を支援する、③柔軟なプログラムで住民を巻き込む、④積極的に地域政策に関与する、⑤民間と行政のマインドの違いを理解する、⑥行政内の異なる部署の役割を知って柔軟に連携するなど、様々なアクターとつながるためのポイントを理解して動くことが有効である（4.1.4）。また、①継続的に関与し熱意を持った人を育て、②行政職員の異動に効果的に対処し、③定期的な情報の共有を図り、④活動資金を継続的に確保し、⑤一部の人を我慢させない仕組みを作り、⑥学びを支える循環を作り出す活動を、⑦地域に根差して展開することが、持続的な森林環境教育を可能にする（4.1.4）。長期的に森林環境教育に関わることができる民間事業者の育成は、限られた予算や定員で行う行政主導の試みにおいても重要である。また活動資金を継続的に確保する一助として、クラウドファンディングや企業との連携も期待される。

学校における森林環境教育を推進するためには、教員の負担を軽減する（3.2.2）、「生きる力」の醸成と森林環境教育のバランスを取ったプログラムの提供を青少年教育機関等にも働き掛ける（3.2.1）、森林で教科学習を行う工夫をする（3.2.2）、地場産業やキャリア教育と連携する（3.2.2）、自然学校と連携する（3.2.2）、「地域学校協働活動」など地域の人々と連携する（4.2.3）、自分で社会課題を見つけ解決策を考えてそれに取り組む、課題解決型の活動を実践する部活動を振興する（4.2.6）などの方策が有効になるだろう。

民間事業者が主導する森林体験サービスや森林環境教育を推進するためには、4.3で整理した事業者の経営改善、人材確保・育成、広報強化が不可欠である。さらにライト層向けプログラムの戦略的な提供（3.3.1、4.2）や、きめ細やかな顧客対応（3.3.2）、「生きる力」を醸成する多様なプログラムの提供（3.3.3）、森林を利用したキャンピングオフィスやリトリート、研修などのサービスのリーチ拡大（3.4）、教育を軸とした新しいコミュニティの形成（4.1）、地域間連携を軸とした都市部の子どもたちへの森林環境教育の提供（4.1.3）、デジタル技術の活用（4.2.6）など、様々な手段が有効であろう。また民間事業者に青少年教育施設やキャンプ場などの指定管理委託等を行政が行う際には、民間事業者が柔軟かつ効果的に事業のオンライン化やワデュケーション導入などの新しい試みを実施できるよう、柔軟な活動実施を助ける契約形態を積極的に取り入れることが必要になる。そうすることで行政も、民間主導の森林環境教育のリーチ拡大を支援することができるだろう（3.3.2、3.3.5、4.3.1）。

森林環境教育の入り口は森林体験だが、森林体験の入り口は日常的な外遊びである。保護者や教員の外遊びの不足が、森林環境教育が広がらない遠因となっている可能性がある。子どもが自由に遊べる公園を増やし、外遊びを振興することは長期的には森林環境教育の推進にも役立つと考えられる。

また、自ら課題を見つけ、課題を解決できる人材は、多くの企業で求められている人材でもある。森林環境教育がこのような「生きる力」の獲得につながるという科学的エビデンスの蓄積が進めば、学校での森林環境教育も一層促進されるだろう。

森林環境教育を推進していくための課題はまだたくさん存在するが、すぐにでも取り組めることも多数ある。森林環境教育に携わるそれぞれのアクターが、自分がすべきことを一つ一つ改善・強化し、他のアクターと思いを共有しながらつながっていくことが、より多くの子どもたちや大人たちの成長と、それぞれに思い描く幸せの実現のための確かな一助となるだろう。本調査が森林環境教育の秘める大きな可能性を世の中に広めることに貢献できれば幸いである。