

令和3年度 関係人口創出・拡大のための中間支援モデル構築に関する調査・分析業務
業務実施報告書

団体名	VUILD 株式会社
事業名	クリエイター支援とモノづくりで都市と地域間を結ぶ三角関係人口創出プラン

1 事業概要・主な成果

1.1 事業概要

(1) コロナ禍で創作のあり方が変わる中、当社は以前より設計データを印刷するように木工を行う新しい製造の形を実現してきた。クリエイターと中山間地域の製造拠点をネットワークでつなぐ木エモノづくりサービスにより、特にコロナ禍において表現する機会を逸しているクリエイターと、クリエイティブ人材に乏しい地域の需要と供給を合わせることで、自走可能なクリエイターと地域の関係人口化を図る。

(2) 都市部のクリエイターには地域資源の特性や価値を認識してもらい、地域はプロジェクトを通じてクリエイティブ性を磨く。このように資源とスキルで相互扶助する好循環な体制を構築する。

(3) 同じような課題・資源を持つ地域同士の新たな関係人口化（三角関係人口）の形を検証する。

1.2 主な成果

(1) Shopbot^{※1}を活用したプロジェクトの実現。地域の新たな場づくり。

各地域、1件ずつ計2件の具体的な建築関連の製作案件化に成功。当事業では、試作ワークショップまで完遂した。その後の建築施工については、別途事業外で予算立てし、2022年3月から4月にかけて各地域に新たな場が完成予定。地域資源の木材を活用した新たな場づくり実現のきっかけを当事業が提供した。

(2) ローカルコモンズデザインプロジェクト「デザインパートナーワークショップ」の実施

応募者13組、計14名、うちプロジェクト化は2組、計2名。地域の木材を活用して、小屋や家具を作る参加者（クリエイター）と地域を結ぶワークショップを8回以上行った。

(3) クリエイター、地域それぞれの新たな関係性を構築

クリエイターへの新たなキャリアパスの提案、2つ以上の地域と都市を結ぶ三角関係人口の体系とその有効性を示した。

※1：Shopbotとはパソコン制御で操作する木材加工機のこと、全国100ヵ所に導入し、クリエイターと中山間地域の製造拠点をネットワークでつなぐ自律分散型モノづくりサービス“EMARF”を提供している。紙をプリンターで刷るように、家具や建築パーツのデザインデータを送ると産地から自宅にパーツが届くサービスで現在約3,500名の会員がモノづくりを行っており、当社が持つクリエイターと中山間地域ネットワークを駆使することで木工や森林資源を題材に、需要と供給を埋め合わせることができる。

2 モデル事業実施地域の概要と課題

2.1 事業実施地域の概要・課題

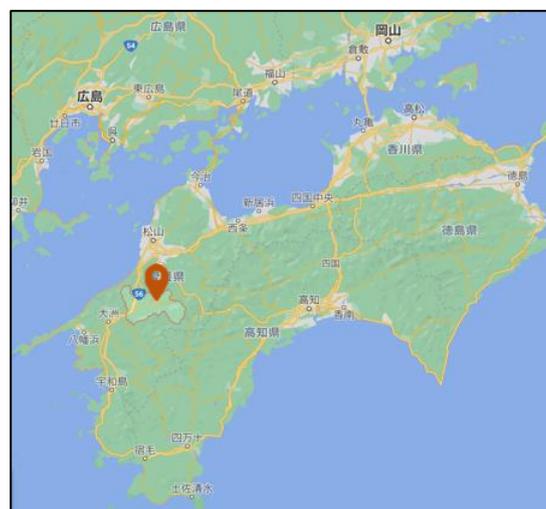
(1) 熊本県阿蘇郡南小国町

黒川温泉などの温泉地や「熊本緑の百景」第1位に選ばれた瀬の本高原など阿蘇の恵みからなる豊富な観光資源を有し、人口約4千人の地域ながら年間100万人の観光客が訪れる。面積は115.9k㎡、430mから945mの高原地帯に位置し、隣の小国町とともに小国郷と呼ばれる。東には九重本土の最高峰である大分県の九重山を望み、九州最大の河川・筑後川の源流域でもある。一部は阿蘇くじゅう国立公園に属する。同県内の阿蘇市、阿蘇郡小国町、産山村と、大分県の日田市、竹田市、玖珠郡九重町の6市町村が隣接。米・高冷地野菜・畜産などの農業および小国杉・ヒノキなどの林業、温泉・アウトドアなどの観光が主な産業である。高菜漬け、しいたけ、ジャージー牛乳などが特産品。



(2) 愛媛県喜多郡内子町

100年の歴史を持つ芝居小屋「内子座」や重要伝統的建造物群保存地区の古い町並み、全国モデル道の駅を有する人口1.5千人の地域。面積は299.4k㎡、愛媛県のほぼ中央、県庁所在地で空港がある松山市から約40km南西に位置し、日本有数の林業地久万高原町に隣接する。古くは街道の要衝として、四国遍路の通過地として栄えた。平成の大合併で旧内子町、旧五十崎町、旧小田町と3町が新設合併。農林業が主たる産業で、ほか建設業関係と観光業からなる。典型的な中山間地域で果樹が豊富であり、ぶどうや梨、桃、柿、栗、じゃからなどの名産地。畜産ではブランド豚「内子豚」を有し、2軒ある酒蔵の日本酒が特産品。



(3) 共通課題

課題①：観光地ゆえのコロナ禍の観光打撃による関係人口化機会の損失

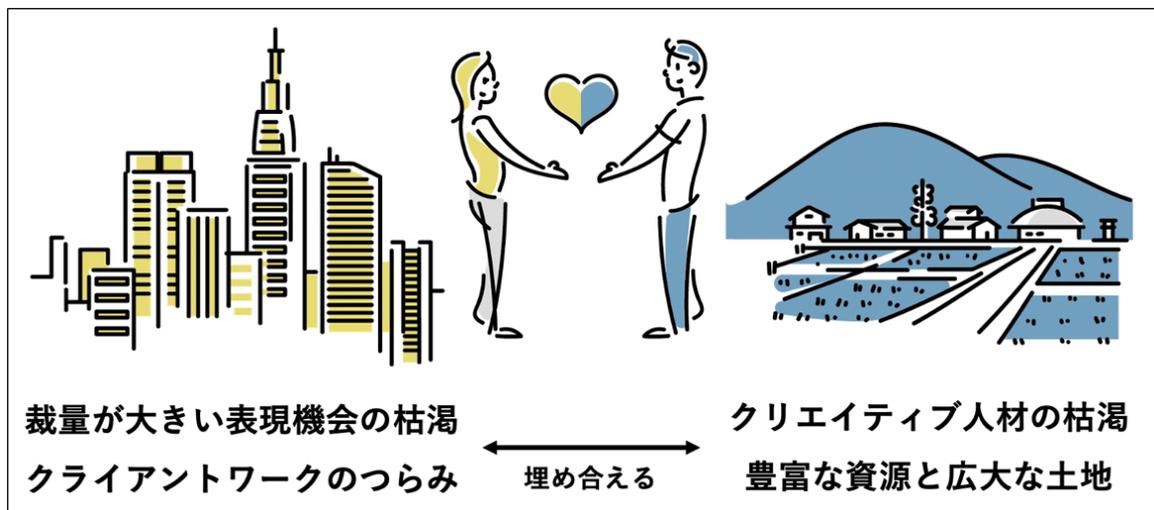
課題②：産業の担い手育成に直結する観光面以外の関係人口づくりの構築

課題③：森林・木材資源の利活用による森林維持

2.2 関係人口創出・拡大に関わる取組みのビジョン・テーマ設定

(1) 「クライアントワークからの解放でクリエイティブを開放」することで関係人口の主役たちの課題を相互扶助

以下のような課題を相互扶助する。クライアントワークに疲弊し、日常のビジネスでは自由な表現の機会が少なくストレスを抱えるクリエイター。一方、クリエイティブ人材の枯渇により、新たな地域資源の活用策を見出せずにビジネスチャンス拡大出来ずにいる地域。地域のもつ豊富な資源と広大な土地、特に遊休スペースの活用により、それぞれの課題を相互扶助することで、創作活動を通じた関係人口化に取り組む。



都市部の創作系の仕事は、
刺激はあるが裁量がない。
表現できる場所が欲しい。

地域がクリエイターの
救世主になる？！

地域は、競争が少ない、
裁量も大きい。発注できる
クリエイティブ人材がない。

<実践するプロジェクト>
新たな場をクリエイターと共作

コロナ禍のクリエイターと地域の「場」づくりを提案します

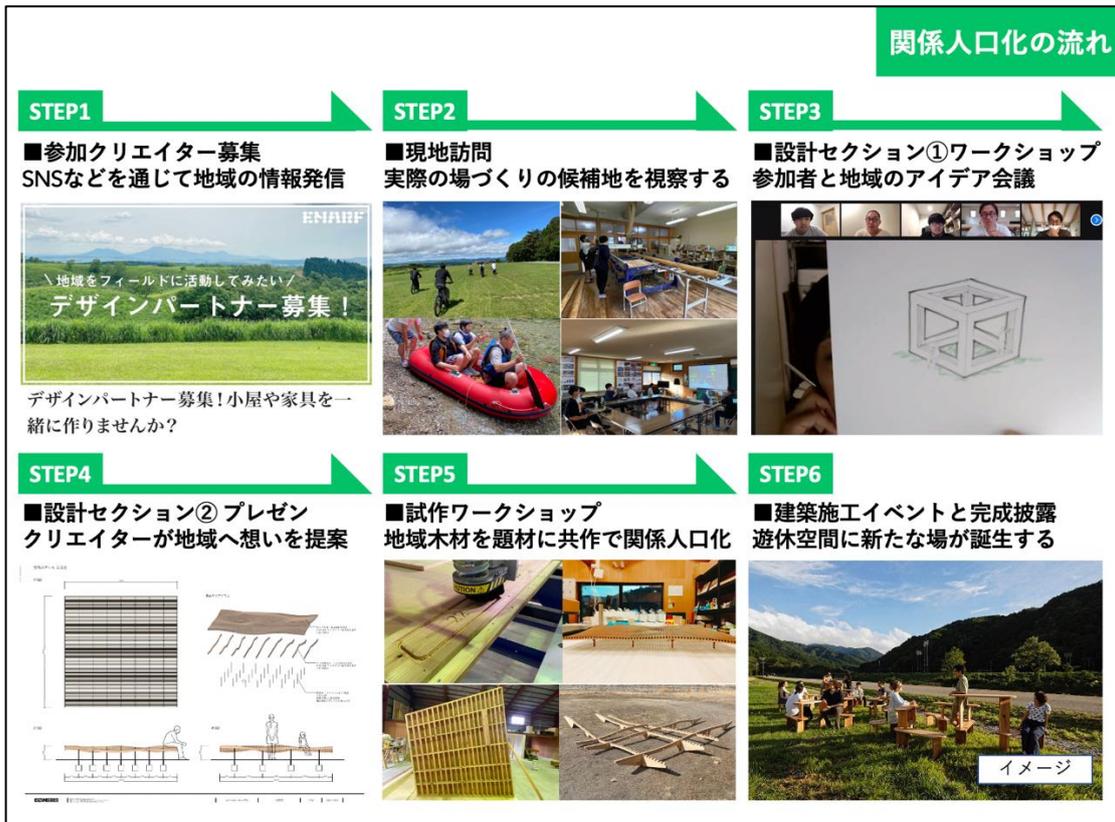
(2) 都市部と地域間の新たなスタイル「三角関係人口化」の提案

関係人口にまつわるプロモーションで都市部を主なターゲットにプロモーション合戦を繰り広げる地域。そんな地域同士に焦点を当てると、互いに同じ課題と目的を持つ同志とも捉えることができる。当プロジェクトでは、「都市部と地方」という見立てだけでなく、「地方Aと地方Bの交友」を促進することで、地方間の関係人口化にも注力し、「都市部と地方A、地方B、・・・」のように、中間支援組織が関与することで実現し得る新たな関係人口のスタイル「三角関係人口化」の構築を目指した。



3 モデル事業の取組内容

3.1 取組みの全体像・スキーム



実行プロジェクト

自己実現（表現）の場とお題

⇒ 山・森を使った場づくり

国土の7割を占める森林。モデル構築に最適の場。
持続的な管理のために、木材利用を増やすとともに、
森林空間を利用して人が入るきっかけができれば良い。
広大なキャンバスを、クリエイターに提供する。

3.2 期待される効果・KPI

(1) モノづくり視点でのプロジェクト応募者の獲得

建築設計スキルを有する限られたターゲットにプロジェクト参加の募集告知を行い、意欲の高い優れた人材を獲得する。

(2) 応募者数名の地域訪問

(1) で審査を通じて選定した参加者は、現地訪問をする。地域は彼らに対して、建築やモノづくりを通じた交流を図り、地域の産業の魅力を発信することで、創作活動による関係人口化を図る

(3) 交流ワークショップの開催

(2) を促進するために、当社中間支援組織によるコーチングの元、1 地域に対して 4 回以上の交流ワークショップの機会を提供する。

(4) 三角関係人口化の立証

当事業を通じて、関係人口化や地方創生に向けて類似の課題を持つ対象地域「熊本県阿蘇郡南小国町」と「愛媛県喜多郡内子町」のプロジェクト関係者たちが、それぞれの地域の魅力を確認し、互いを認知する中で、彼らも関係人口化となる、地方同士に焦点を当てた新たな関係人口の形を立証する。

(5) 建築プロジェクトへの発展

① 地域の新たな場づくり

当事業をきっかけに地域での木材を活用した新たな場づくり（建築施工業務）を案件化する。関わったクリエイターのアイデアから、地域住民を巻き込んだ遊休地など空間活用のプロジェクトへと発展させる。当社はその予算の捻出手法やクリエイターと地域のコミュニケーションを促進する活動をサポートする。



愛媛県喜多郡内子町 小田深山溪谷 熊本県南小国町 瀬の本高原

(6) クリエイター作品によりモデル事業の他地域展開

本プロジェクトの公開により、ShopBot を所有する地域（全国 100 地域以上）で同作品を再現することが可能となる。本プロジェクトで得た地域とクリエイターによる建築施工物の加工データが全国 100 地域以上のコミュニティで活用できる資源となる。

※作品はクリエイターの著作権に関わるため公開方法などは今後の検討課題。

4 事業実施に係る運営体制

4.1 事業実施体制



4.2 事業実施団体及び関係機関の役割

(1) 事業実施団体：VUILD 株式会社（神奈川県川崎市）

役割：事業全体の監修とマネジメント、クリエイター（デザイナー）の募集と地域への送客、広報、関係人口創出に関わる各種分析と取りまとめ

(2) 再委託先①：株式会社武田林業（愛媛県喜多郡内子町）

役割：関係人口候補者と地域との調整役、現地案内人、地域側での広報支援、創作場所の調整と提供、地域受け入れ関係人口創出に関わる各種分析のサポート

(3) 再委託先②：株式会社 Foreque（熊本県阿蘇郡南小国町）

役割：関係人口候補者と地域との調整役、現地案内人、地域側での広報支援、創作場所の調整と提供、地域受け入れ関係人口創出に関わる各種分析のサポート

5 事業実施内容

5.1 実施スケジュール

スケジュールは下記の通り推移した。当初は現地訪問の機会を2回計画していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により1回に留まった。一方で、初回の現地訪問（2021年8月）以降、オンラインでの定例ワークショップを月1回程度設け、現地訪問が少なくなった分、参加クリエイターと対象地域との定期的なコミュニケーション機会の創出を図った。以下にスケジュールの詳細を示す。

なお、事業後の発展的な取り組みとして、2022年3月に熊本県阿蘇郡南小国町で、2022年4月に愛媛県喜多郡内子町で、それぞれ当モデル事業の取り組みで検討した建築物の建築施工ワークショップを行う計画があり、参加クリエイターと対象地域の関係者の交流が別途、計画されている。

(1) 当初スケジュール

実施事項	4月			5月			6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月				
	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下		
1 体験プログラムの作成	採択後の企画調整						2) 現地視察後の企画調整			最終調整																									
2 参加者の選定				参加者の選定・検討																															
3 現地・オンラインでのワークショップや催事開催																																			
4 モデルプロジェクトの実践	スポットの絞り込み						スポットの決定			増ぶりプロジェクトの実践(クリエイターとの関係人口化)															場の披露										
5 提案者と地域間のオンライン打ち合わせ	月に1回程度の定期的な打ち合わせを予定																																		
6 現地打ち合わせ				2日間×1回×2地域						2日間×1回×2地域																								2日間×1回×2地域	
7 スキームの作成	採択後の調整																																		
8 取組に関わる関係者の調整	採択後の調整																																		
9 調査分析・参加者アンケート	アンケートの作成						参加前アンケート																												
10 報告書作成	内閣府が別に定める管理団体の指示に従い適宜報告・現地記録(撮影など含む)																																		
11 提案者と対象地域、それ以外の地域との協議																																			
12 業務報告書作成																																			
	オンライン打ち合わせ回数																																		
	様式に沿った報告書の作成																																		

(2) 実施スケジュール

実施事項	4月			5月			6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月										
	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下								
1 体験プログラムの作成	採択後の企画調整						2) 現地視察後の企画調整			最終調整																															
2 参加者の選定				参加者の選定・検討																																					
3 現地・オンラインでのワークショップや催事開催																																									
4 モデルプロジェクトの実践	スポットの絞り込み						スポットの決定			増ぶりプロジェクトの実践(クリエイターとの関係人口化)																															
5 提案者と地域間のオンライン打ち合わせ	月に1回程度の定期的な打ち合わせを予定																																								
6 現地打ち合わせ																																									
7 スキームの作成	採択後の調整																																								
8 取組に関わる関係者の調整	採択後の調整																																								
9 調査分析・参加者アンケート	アンケートの作成						参加前アンケート																																		
10 報告書作成	内閣府が別に定める管理団体の指示に従い適宜報告・現地記録(撮影など含む)																																								
11 提案者と対象地域、それ以外の地域との協議																																									
12 業務報告書作成																																									
	オンライン打ち合わせ回数																																								
	様式に沿った報告書の作成																																								

5.2 事業の広報・アプローチ

(1) 関係人口候補者の募集

デザインパートナー募集と銘打ち、当社が得意とするデジタルファブリケーションによる空間創作と親和性が高いクリエイターをターゲットに、全国都市部からの応募を募った。広報の結果と募集ページを以下に掲載する。



The screenshot shows a recruitment post on the 'note' app. The post features a landscape photo with the text "地域をフィールドに活動してみたい / デザインパートナー募集!". Below the photo is the title "デザインパートナー募集! 小屋や家具を一緒に作りませんか?". The post includes a heart icon with "37", the author "VUILD株式会社" with a date "2021年6月9日 17:00", and a table of contents.

▼ 目次
【経緯】
【プロジェクト概要】
【予定しているフィールド】
【スケジュール】
【応募要項】

(2) クリエイターと地域の共作物のお披露目リリース（事業後を予定）

関係人口対象者のうち参加クリエイター2名と各地域の共作活動を通じ、当プロジェクトの副産物として実現を得た、木材を活用した具体的な建築作品の披露を2022年3月から4月にかけてそれぞれの対象地域で建築施工を控えている。いずれも施工時には参加クリエイターと地域の施工ワークショップ開催、完成時には現地披露とSNSリリースを計画している。

(3) 広報の検証

① 広報の成果

(1) で示した広報の成果数値を以下に示す。

- ・ SNS Like 数 : 351
- ・ SNS シェア数 : 38 件
- ・ SNS コメント数 : 62 件 (うち後の応募者となる関係人口候補者 3 名を含む)
- ・ 募集ページ PV 数 : 2,342PV (プレビュー数)
- ・ 応募者 : 13 組 14 名

※事業関係者による発信に限る。このほか拡散された露出は含まない。

② 広報の検証

当プロジェクトでは建築に関する創作機会を伴う性質上、関係人口候補者となるデザインパートナーを募集する上で、応募者に過去の実績やポートフォリオの提出などを求め、応募の事前情報として厳正な審査があることなどを徹底的に周知するなど、参加に関するハードルを高く設けた。そのため、確度の高いターゲットを限定的に募ることができ。その後の事業をスムーズに進めることができ、特に 2 名のデザイナーについては地域と親密な関係人口化に成功し、具体的な建築作品の創作プロジェクトに発展した。SNS シェア数などから、関係人口候補者を応募ページの訪問者とみて、広報の検証をすると、

- ・ 関係人口候補者の獲得率 = 応募者 14 名 ÷ 応募ページの PV 数 2,342PV × 100 = 0.59%
- ・ 関係人口候補者の獲得率 = 参加者 2 名 ÷ 応募ページの PV 数 2,342PV × 100 = 0.085%

リーチ想定数に対して、応募が 14 名と 0.59%、うち 2 名は具体的な作品製作プロジェクトが実現に至り、その確率は 0.085% と建築施工の案件化と関係人口化を両立したプロジェクトを実現したことについては、リーチ数・応募者数に対して高いパフォーマンスを得たと推察できる。

③ 広報の課題

②で前述した広報の検証から、中間支援組織として関係人口化における窓口を果たせる広報の役割を大いに担うことができると確認できた。一方で、受け入れ地域の許容能力や実情を鑑みて地域毎の現実的な KPI の設定を、リーチ数ではない手法で引き続き検証が必要である。また、今回はホスト役となる地域側の受け入れ団体の活動に対価を支払っているが、モデル事業の自走化においてはその運用コストを可能な限り抑える必要がある。このことから、事前の広報時点で如何にクリエイターと対象地域に共創のメリットを提示できるか、また今回の取り組みで副産物として得た実績(建築設計データ)などを他地域でも活用可能なデータとして運用できるかが、今後の課題となる。

5.3 活動内容① 活動準備 2022年5月

(1) 年間計画と建築候補地の検討

モデル事業採択後に年間計画の再検討をした。対象地域における建築候補地出しと、他地域展開を見据えたプロジェクト要件の整理を行った。このほか、「参加対象者の範囲」「参加対象者の設計スキル」「地域で活用できる木材の共通点の洗い出し」「コロナ禍の現地訪問の判断」などを、当社と対象地域とで議論し、年間スケジュールを決定した。

(2) 告知物の制作

上記(1)を踏まえて、告知物の制作に取り掛かった。制作期間は2021年5月上旬から5月末まで約3週間程度を要した。

5.4 活動内容② 参加クリエイター（＝関係人口対象）の募集告知と審査

(1) 募集告知

制作した広報物をもとにSNSを中心に告知展開し、参加者の募集告知を行なった。結果、12組13名以上のクリエイターの応募があった。量よりマッチングが叶う質を求めるため、ポートフォリオの提出を必須とし、申請ハードルを高く設けた。アンケート形式で「CADスキル」、「応募動機」などのヒアリングも行なった。（募集告知の詳細は「5.2 事業の広報・アプローチ」にて掲載。）

(2) 参加者の審査

当プロジェクトでは、設計スキルを要するために応募者全員を参加対象とはせず、厳正なる審査の元、参加者を絞った。審査要件は「設計スキル」「建築実績（ポートフォリオ）」「地域での仕事への関心」などである。結果、2名のクリエイターを参加対象として採用した。クリエイターの詳細を以下に示す。

① STUDIO noem 代表 工藤氏【東京都】

1978年埼玉県生まれ。2004年桑沢デザイン研究所卒業後、デザイン事務所にてアパレル系のインテリアデザインに従事。その後オフィスやショールーム等、様々なプロジェクトを担当。現在は商業空間、オフィス、保育施設等の空間デザインをメインに活動し、展示会の企画やプロダクトデザインも行う。

2006年 STREET FURNITURE PROPOSAL 2006 最優秀賞受賞
2013 / 2014年 Milano Salone Satellite 出展
2015年 Milano Salone Ventura Lambrate 出展
その他 100% Design、TENT LONDON など出展多数

② KOIZUMISEKKEI 代表 小泉氏【静岡県】

1979年	静岡県静岡市生まれ
2002年	拓殖大学工業デザイン学科卒
2002年	株式会社インターオフィス
2011年	サポーズデザインオフィス
2014年	小泉設計室

5.5 活動内容③ 2021年8月 現地訪問

モノづくりの対象となる地域を参加クリエイター2名が訪問し、現地の特徴や活用できる資源・環境を確認する現地訪問ツアーを各地域1回ずつ、計2回開催した。以下にそれぞれの行程を示す。

(1) 現地訪問ツアー【熊本県阿蘇郡南小国町】2021年8月3日から8月5日まで

参加者：VUILD株式会社1名、参加者2名、株式会社Foreqe3名、株式会社武田林業2名

※このほか現地受け入れ住民複数名

2021年8月3日(火) 瀬の本高原ホテル(熊本県阿蘇郡南小国町満願寺5621-7)	
夕刻まで	各自現地入り
18:00 - 20:00	訪問後の初顔合わせ、懇親会、翌日以降のスケジュール確認など協議
2021年8月4日(水) 瀬の本高原ホテル(熊本県阿蘇郡南小国町満願寺5621-7)など	
9:00	瀬の本高原視察ツアー マウンテンバイク体験による建築候補地周辺散策、 建築候補地の視察 、地域住民との交流
11:30	ShopBot 加工工房の見学(南小国町立 星和小学校跡地)
12:30	ShopBot によるバンガロー建築事例の見学(山鳥の森オートキャンプ場)、地域住民との交流
13:00	昼食
14:30	製材所 穴井木材工場、株式会社Foreqe 施設の見学
16:00	小国町森林組合 木材地熱乾燥施設の見学
18:00	懇親会、地域住民との交流
2021年8月5日(木) 移動など	
9:00	黒川温泉郷を車両で周遊
9:30	愛媛県喜多郡内子町へ移動(車両・フェリー ~ 佐賀関港から佐田岬港へ ~)

(2) 現地訪問ツアー【愛媛県喜多郡内子町】2021年8月5日から8月6日まで

参加者：VUILD株式会社1名、参加者2名、株式会社Foreqe1名、株式会社武田林業2名

※このほか現地受け入れ住民複数名

2021年8月5日(木) 内子町森林組合 小田原木市場(愛媛県喜多郡内子町寺村 2478-1)	
9:30	熊本県阿蘇郡南小国町から移動(車両・フェリー ~ 佐賀関港から佐田岬港へ ~)
15:00	木造施設の見学(芝居小屋 内子座)
16:00	内子町森林組合 小田原木市場の見学、同組合参事による林業セミナーの聴取、地域住民との交流
17:00	ShopBot 加工工房の見学、株式会社武田林業施設の見学
19:00	懇親会、地域住民との交流
2022年8月6日(金) 小田深山溪谷など(愛媛県喜多郡内子町中川)	
8:30	道の駅 内子フレッシュパークからりへ施設訪問、地域住民との交流
9:30	ソルファ小田スキーゲレンデの見学
10:00	建築候補地の視察
10:30	溪谷サウナ体験とアイデアワークショップ(小田深山溪谷)、地域住民との交流
15:00	移動、各自解散

なお、現地訪問ツアー以前、2021年7月7日にオンライン会議システムを利用した顔合わせを1時間ほど行なった。



製材所見学の様子(南小国町)



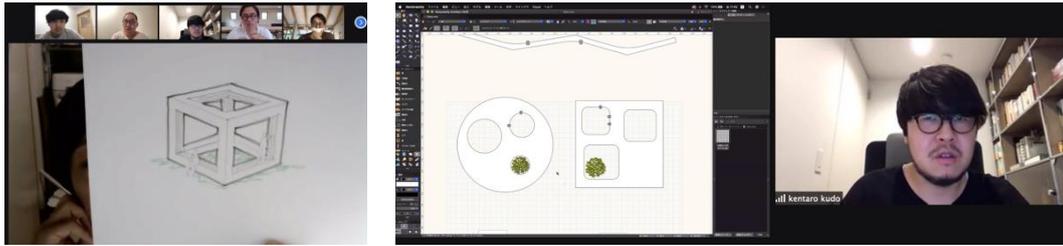
アイデアワークショップの様子

5.6 活動内容④ 設計アイデアワークショップとプレゼンテーション

(1) 設計アイデアワークショップ 2021年9月: オンラインで計2回

2021年9月3日、9月15日にそれぞれ2時間程度の設計アイデアワークショップをオンラインで開催した。現地訪問をしたクリエイター2名からのアイデア提案、さらに受け入れ地域の団体などからもアイデア提案を募り、チームプロジェクトとして個々の関与度を引き上げ、関係人口化を促した。参加者は、アイデア提案を踏まえ、地域から意見をもらうことでさらに地域に求められる要素を学び、その後のプレゼンテーションの参考とした。

2021年9月3日(金) オンライン	
内容	設計アイデアワークショップ、現地訪問の振り返り、参加者と地域関係者による建築施工物案アイデア出しディスカッション、建築候補地周辺の文化・環境、地域で求められる要件の確認など
参加者	VUILD株式会社1名、参加者2名、株式会社Foreqe2名、株式会社武田林業2名



設計アイデアワークショップの実施風景（会議システム Zoom にて開催）

(2) 参加者からの創作物案に関するプレゼンテーション 2021年10月：オンラインで1回

2021年10月5日に1人につき20分程度で2人分、全体の意見交換20分を含め計1時間ほどのプレゼンテーションの機会を設けた。参加したクリエイター2名が現地訪問から、設計アイデアワークショップを重ね、2ヶ月間でまとめた建築施工物の企画案を地域団体に紹介し、建築施工を実現する際の課題や地域が新しい場づくりをする際に盛り込みたい内容を議論し、提案物の深掘りをする事で互いの地域資源と企画案を通じて交流を深めた。

2021年 10月5日（火） オンライン	
内容	参加者2名から建築施工物の企画プレゼンテーション、意見交換
参加者	VUILD株式会社1名、参加者2名、株式会社Foreqe2名、株式会社武田林業1名

5.7 活動内容⑤ 試作ワークショップ 2021年10月から2022年1月まで 計4回

プレゼンテーションを経て、実際の建築施工を実現するための試作ワークショップを複数回開催した。予算の捻出方法も議論し、結果的に対象地域2件と当社の負担の元、実製作を行うことを決定し、地域でのプロジェクト自走化に向けた最終ステップを完遂した。以下にそれぞれの行程を示す。

2021年10月28日（水） オンライン	
内容	試作会議、プロジェクト自走化の協議（事業費外予算「施工費」の捻出検討を含む）
参加者	VUILD株式会社1名、参加者2名、株式会社Foreqe2名、株式会社武田林業1名
2021年11月22日（月） オンライン	
内容	南小国町・内子町の試作状況の報告、試作に対する課題解決手法、その後の場づくりの展開方法などをディスカッション
参加者	VUILD株式会社1名、参加者2名、株式会社Foreqe2名、株式会社武田林業1名
2021年12月29日（水） オンライン	
内容	南小国町・内子町の試作状況の報告、試作に対する課題解決手法、その後の場づくりの展開方法などをディスカッション
参加者	VUILD株式会社1名、参加者2名、株式会社Foreqe2名、株式会社武田林業12名
2022年1月31日（月） オンライン	
内容	試作物の披露、実製作実現のための議論、次年度以降の取り組み検討
参加者	VUILD株式会社1名、参加者2名、株式会社Foreqe2名、株式会社武田林業1名

6 モデル事業としての成果検証

6.1 事業成果（目標達成状況）

事業の目標・達成状況

No.	目標	達成状況
1	プロジェクト応募者 20 名の獲得	13 組 14 名以上（達成率 70%） ※団体応募 5 組を含む
2	参加者の地域訪問 1 地域に対して 2 回以上	1 地域に対して 1 回ずつ（達成率 50%）
3	交流ワークショップの開催 4 回以上（オンライン含む）	8 回以上（達成率 200%）
4	三角関係人口の立証 1 組	1 組（達成率 100%）
5	建築プロジェクトへの発展 1 件	2 件（達成率 200%）

(1) プロジェクト応募数は目標の半数。団体募集が今後の鍵。

表中の No. 1 について、応募者と参加者ともに目標値の達成はできなかった。これは、建築施工という専門的な技術（設計スキル）を有する方のみ限定した募集を行い、さらにそれを判断するためのポートフォリオの提出を求めるなど応募時点から参加ハードルを高く設けたため、想定する目標に達成しなかったものと思われる。一方で、チームプロジェクトの体裁を必要とする建築施工に関わるモノづくりをお題としたため、個人のみの応募だけでなく団体応募が 5 組と、応募の半数近くを占めた。団体を採用した場合には、一度に所属する複数人が地域の関係人口（団体）となる可能性が高く、個人に限らずプロジェクト参加を求めることで、一度に多くの関係人口化を叶えることができるものと見込んでいる。

(2) 参加者数の達成度は 50%だが、交流ワークショップの開催数は想定 の 2 倍、8 件を達成。

表中の No. 2、3 について、地域と参加者の交流を促進するワークショップなどを現地訪問とオンラインで複数回想定 の元、事業を進めたが、現地訪問はわずか 1 地域に対してわずか 1 回となった。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、複数回の訪問がかなわなかった。

一方で、オンラインを通じた交流ワークショップは計 8 回の開催ができ、想定 の 2 倍に達した。オンライン環境が関係各所に整備されていたこと、事業始動の当初に現地訪問を実現していたことでよりフランクに参加が可能なオンライン上でのコミュニケーションが活発化できたと推測できる。

(3) 三角関係人口の立証。

表中の No. 4 について、今回の受け入れ対象地域である「熊本県阿蘇郡南小国町」と「愛媛県喜多郡内子町」のそれぞれのホスト役を務めた団体を通じて、共通課題を持つ地域同士が同一プロジェクトに関わる中で「都市部対地方」とは異なる「地方同士の関係人口化」のあり方を立証した（詳細は次項にて）。なお、このことは事業後のアンケートから対象地域同士にて、事業外の個別の取り組みが予定されていることを確認し、関係持続が認められるものとして立証したものとみなした。

(4) 自走化に向けた新たな一歩。建築プロジェクトの案件化に成功。

今回の事業は、関係人口のモデルを示すものであり、建築施工の予算を支援するものではなかった

が、参加者と地域が当社とホスト団体を通じて関係を深める中で、クリエイターの創作実現だけでなく、建築提案物が地域課題の解決を考える地域にとって社会性ある案件と化していったことで、試作ワークショップの開催にまで至り、結果的に建築施工の実現までこぎつけた。建築施工がなされた暁には、地域内外・建築クリエイター界限に新たな話題を提供することができ、さらなるモデル事業の展開が期待される。

6.2 事業成果（関係人口の地域とのかかわり方）

(1) 地域との継続的なつながりを持った過程

参加者2名は、各地域の交流会以降、自身が現地で表現したい作品のプレゼンテーションの機会を与えた。以降、作品の共作について地域で支援できることや、地域事業者などが連携してクリエイターの作品の試作を買って与えるなど、共作に必要なステップが着実に進捗し、そのコミュニケーションに中間支援組織である当社が介入せずに進むこともあった。当社は、現地訪問後の交流をオンラインで複数回開催する機会を与えたが、それとは別に自立的にクリエイターと訪問時に関係を持った地域事業者たちとが密にコミュニケーションを取るという動きが確認でき、関係人口化の自立を見守った。

(2) ターゲット層の関係人口の関わり

参加者の一人は、「地域に対して観光で行くよりも深い関わり合い」を育むことができたと回答を頂いた。また、建築施工物の提案意図（下記）を示す。

- ・現地で取れる材料有効活用と ShopBot の特性を重視して考えた。
- ・自然があるのがある種当たり前の環境を対象とし、その中で別の視点での“自然と人との関わり方”が生み出せないかという事をまず考えました。自然と人の間に一枚のスキンを入れる事で、音や風の流れを制限し、ロの字形状によってパノラマの自然を平面的に切り取る事で、今まで見えていた風景が変わり、それによって新たな発見や気付きになればいいなどと思っています。材料はどの地域でも展開可能なように汎用性のある材料とサイズにて検討しました。

参加者の提案意図より、地域では近くて疎くなってしまいがちな自然の価値に対して、新たな視点で地域の魅力を発信する術を提案していることがわかる。また、資源の有効活用について他地域でも汎用性の高い木材サイズからアイデアを検討していることがわかる。対象地域から派生して他の中山間地域でも活用される社会性が高いアイデアとなることが、今回の参加者の意図としたところであった。三角関係人口と題し、1人の関係人口が複数の地域と関与したことで得られた中山間地域の一般的な共通課題を認識したことで得られた、当事業ならではの関わり方である。

6.3 事業成果（その他）

事業の副産物として、クリエイターと地域の共作物の試作が2022年1月に行われた。クリエイターの作品実現をサポートしたいと各地域が材料・施工を支援し、クリエイターと地域の自立的なコミュニケーションが重ねられ、デザイナーによるオンライン会議など遠隔設計の元、試作が執り行われた。以下に試作写真の一部を掲載する。この試作が、次の建築施工の案件化の流れをうみ、モデル事業の継続的な展開に期待が持たれている。



愛媛県喜多郡内子町



熊本県阿蘇郡南小国

6.4 本年度の課題と対応

(1) 建築施工の案件ベースで関係人口化を行うには解決すべき課題が多い

自由な発想の元、木材活用をしながら地域とクリエイターの関係人口化を求めた当事業では、建築施工を題材にしたため、参加者に求める要件が高く、かつ、地域に求める環境も特殊なものとなった。具体的には、建築施工を案件化した空間は、それぞれ国定公園や県立自然公園に関わる場所であり、設置の許可を環境省や県庁などに申請する必要があったため、地域自治体では完結せず設置許可に時間と労力を要した。今後、関係人口の裾野の拡大をKPIとし質より量を求める場合には、参加者の要件を下げるモノづくりの領域、例えばインテリアまでクリエイティブ領域を拡大すること、また地域の環境についてもホスト団体などや地方自治体の裁量の範囲で用意ができる空間を準備するなど、対応することでより多くの参加者を募ることができると推測する。

(2) 施工物のデータやノウハウの著作権に関する取り決め

当事業の取り組みでは、クリエイターに表現の場と木材資源を、地域に新しい場づくりのきっかけと案件ベースの関係人口を、それぞれ提供することでマッチングを図った。実際に建築施工する施工物に

関しては、所有権は費用を捻出したもの、管理権は設置場所の所有者や地方自治体などと協議して決定すればいいが、製作物のデータやノウハウをオープンデータとしてより扱いやすいようにすることがさらなるモデル事業の横展開の可能性を高める。このためには著作権の取り決めを整理しておく必要があり、現時点では事例が少ないためその指針を示せずにいる。一方、オープンデータとすることでクリエイターの意向に背く活用のリスクも生じるため、オープンデータ前提のプロジェクト化は関係人口対象となるクリエイターの参加意欲を下げ、関与できる対象を限定することになるかもしれない。

6.5 今後の事業のあり方

(1) 応募者の志望動機からみる事業のあり方

事業の参加応募時、応募者は以下のような志望動機を持っていた。今回はマッチングの質を優先し、参加ハードルを高く設け、審査も厳しく行なったため参加対象者は2名に絞ったが、このほかの応募者にも関係人口となり得る可能性は十分にあることが伺える。参加ができなかった応募者の中から、具体的に今後の事業に活かしたい点を記述する。

① 地域産業や地域文化を武器にクリエイターの創作意欲を刺激して関係人口化を図る

・（志望動機）現在大学院で中山間地域の林業と建築について研究をしており、将来はそれらを生かせるような活動をしたいと考えています。自分の興味関心を生かしながら地域の方々とデザインをする経験をしたいと思い応募させていただきました。

・（志望動機）「愛媛県喜多郡内子町」は重要伝統的建造物群保存地区に指定されており、しっくい（しっくい）の街並みが有名ですが、バッテリー床（バッテリー床）や虫籠窓などの特徴的な意匠が多くみられる場所です。こういった地域性をもったディテールや意匠に大変興味があります。対して、「熊本県阿蘇郡南小国町」は豊かな自然はもちろん、小国スギなどの林業も有名ですが、小国といえば「葉祥栄」の建築が多くある町でもあります。個性的な木造建築を作ってきたコンテクストのある土地でそれを見ながらデザインを考えられる機会はとても貴重です。

・（志望動機）現在個人的な興味として土着性や風土性といったことをテーマにデザインを行っており、また会社のテーマとして「つづいていくものづくりをする」というミッションと共にデザインの事業を行っています。その中で、本プロジェクトのnoteの記事を拝見し、特に地域性やそこにある暮らしを活かしながらどうものをつくっていくか？ということについてのやっていたところが合致していると考え応募させて頂きました。

・（志望動機）行った事のない場所に行き、その土地の話聞き、会ったことのない誰かとチームを作り、モノや仕組みを組み立て行くのは大変ですが、このプロジェクトは今後の私達の活動方向として望んでいた事と一致しておりとても魅力的でありワクワクします。そして、その中から生まれた成果物が今後、地域や人、未来に役に立つなら、とても嬉しいなと思います。

それぞれ、その地の林業や建築に関心を持ち、地域と関わりを持ちたいという意向を汲み取ることができる。地域産業の特色といかに掛け合わせることで、地域側がクリエイターに対して新たなモノづくりの視点を提供できる価値を持っていることが理解できる。

② 中間支援組織が持つコミュニティの活用と地域貢献の視点

・ShopBot を活用した分散型製造ネットワークの中で何が提案できるのかを考えてみたいと思います、応募させていただきました。

・（志望動機）行った事のない場所に行き、その土地の話聞き、会ったことのない誰かとチームを作り、モノや仕組みを組み立て行くのは大変ですが、このプロジェクトは今後の私達の活動方向として望んでいた事と一致しておりとても魅力的でありワクワクします。そして、その中から生

まれた成果物が今後、地域や人、未来に役に立つなら、とても嬉しいなと思います。

それぞれ、自身のスキルでチャレンジする場としてプロジェクト参加を捉えている中で、特に後者は地域や人に役立つことへの魅力を感じている。接点がない地域でもあってもやりたいことと、地域を含む社会課題解決に貢献できる内容であれば、意欲の高いクリエイターの集客に資すると推察できる。

これら、応募告知時点の事業設計によって、その後の関係人口の方向性を定めることができる。今後は、木材活用による森林保全で脱炭素社会に向けた貢献、SDGs への貢献などを後押しすることができる。と訴求を付け加えることで、より広い層にリーチし意欲の高いクリエイターを地域に送客することができる。

7 自立化・自走化の検討

7.1 クリエイターと地域の共作プロジェクト

当プロジェクトでは、自立化・自走化の定義を、「関係人口候補者と地域住民とのコミュニケーションが、中間支援組織の手から離れて独立して継続的に続くこと」としている。その上で、既に自立化の動きとして確認ができた取り組みを自立化第1段階、第2段階として、さらに自走化として認められる動きを第3段階、今後期待したい自走化の動きを第4段階として整理し、その内容を報告する。

(1) 第1段階の自立化：作品プレゼンテーション以降のクリエイターと地域との個別セッション

応募者のうちコロナ禍で現地訪問に至った参加者2名は、各地域の交流会以降、自身が現地で表現したい作品のプレゼンテーションの機会を与えた。以降、作品の共作について地域で支援できることや、地域事業者などが連携してクリエイターの作品の試作を買ってでるなど、共作に必要なステップが着実に進捗し、そのコミュニケーションに中間支援組織である当社が介入せずに進むこともあった。当社は、現地訪問後の交流をオンラインで複数回開催する機会を与えたが、それとは別に自立的にクリエイターと訪問時に関係を持った地域事業者たちとが密にコミュニケーションを取るといった動きが確認できたため、これを第1段階の自立化として進捗を見守った。

(2) 第2段階の自立化：クリエイターと地域の共作物の試作

(1)の後に自立的なコミュニケーションと、当社がサポートして関係人口化の促進を行う交流ワークショップの定例開催が3ヶ月に渡り持続することで、クリエイターの提案物の試作まで実現した。材料費や施工費、クリエイターの稼働費の工面がなかったこのフェーズにて、プロジェクトの自走化のていを成した。

(3) 第3段階の自走化：クリエイターと地域の共作と場づくり

関係人口対象者のうち参加者2名と各地域の共作活動を通じ、当プロジェクトの副産物として実現を得た、木材を活用した具体的な建築作品の披露を控えている。2022年3月から4月にかけて行う予定である。いずれも施工時には参加者を含む現地での施工ワークショップを開催、完成時には現地披露とSNSリリースを計画している。

① 熊本県阿蘇郡南小国町での案件化

- ・ 施工期間：2022年1月中旬から2022年3月
- ・ 完成予定日：2022年3月4日（金）
- ・ 参加者：当プロジェクトに参加したクリエイター2名、地域支援団体2社、ほか地域住民など
- ・ 設置場所：熊本県阿蘇郡南小国町満願寺5621-7（瀬の本高原ホテル敷地内）

② 愛媛県喜多郡内子町での案件化

- ・ 施工期間：2022年1月中旬から2022年3月
- ・ 完成予定日：2022年4月14日（木）
- ・ 参加者：当プロジェクトに参加したクリエイター2名、地域支援団体2社、ほか地域住民など
- ・ 設置場所：愛媛県喜多郡内子町中川小田深山（内子町役場所有敷地内）

※建築や作品の製作は、当プロジェクトで関係人口化に成功した後にクリエイターと地域でその機会と予算を独自に工面した事業外業務のため、今回の事業報告には含まない。

※上記スケジュールは雨天や新型コロナウイルス感染状況などにより変更となる可能性があるが、当社は中間支援組織として引き続き成功までサポートする。

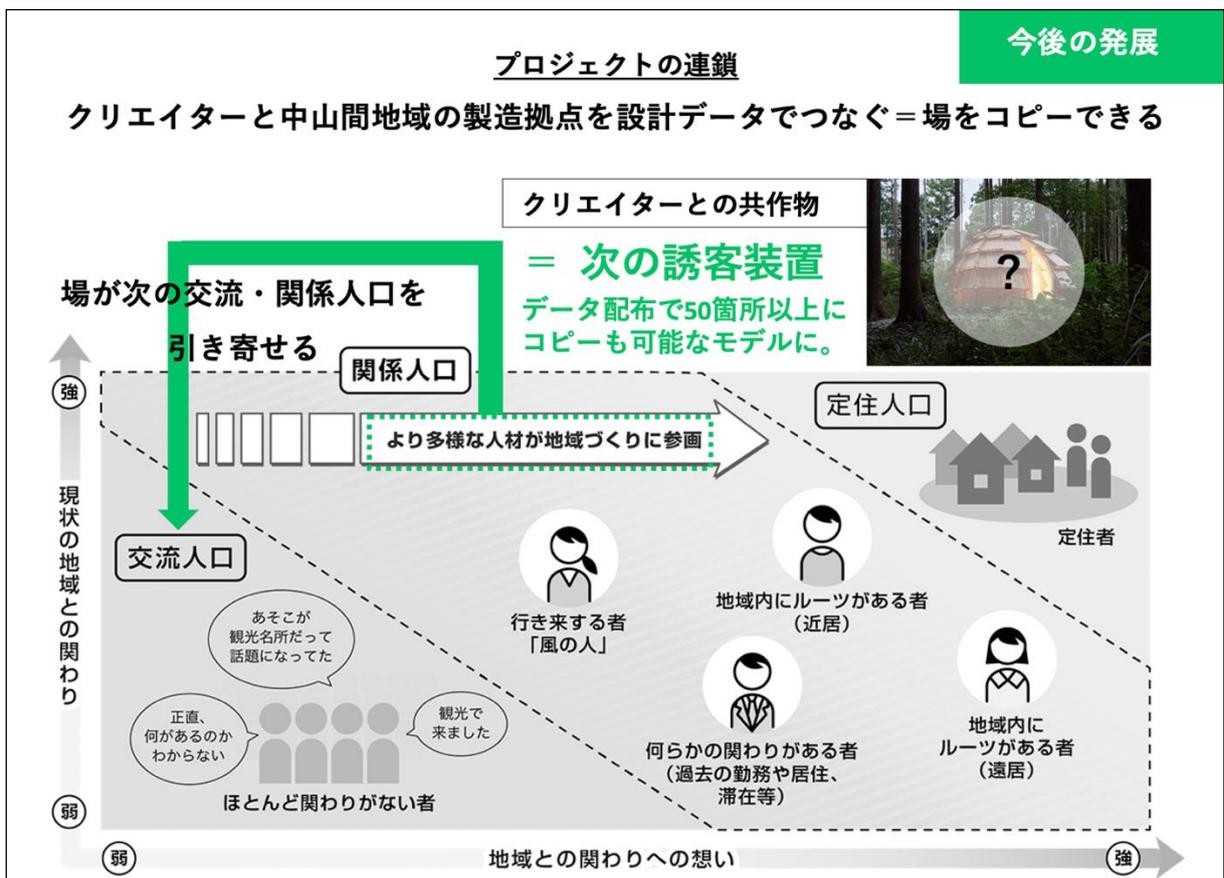
(4) 第4段階 モデル事業としての自走化

第3段階で、実際の場合づくり（建築施工）が行われることから、クリエイター界限・地域内外に新たな話題を提供することができる。これらが実績となり、共作物のデータ活用が可能となれば、さらには他当社が持つ100地域以上の製造拠点ネットワークをベースに類似事業の案件化が見込める。今後、展開できる地域としては那須、八ヶ岳、五城目などが想定されている。

8 他地域への横展開の可能性の検討

8.1 デジタルファブリケーションデータから始まるプロジェクトの連鎖

当プロジェクトの終わりに、自走化の動きとしてデザイナー2名と各地域で一作品ずつ共作を行う場づくりに結実した。当社は、約3,500人のクリエイターと100箇所以上の中山間地域（Shopbotを備える製造拠点）をネットワークで結ぶことができる。結実した作品もそうでない作品も一度データ化されアーカイブ可能となった木材活用の知恵を、他地域で展開することが可能である。地域に根ざした木材資源と各地の遊休地を新たな場として活用する一挙両得の空間づくり支援を、中間支援組織としてデータの活用と普及に努めることで、他地域にて横展開の可能性はある。



また、当プロジェクトでは活用していないが、当社は製造拠点関係者が集うコミュニティとしてチームコミュニケーションツールSlack（スラック）にて「ShopBot Japan ユーザーコミュニティ」を開設・運営している。連日、地域の境を超えて複数の知識・情報交換が行われるこの場を活用し、横展開の地域募集、クリエイターの紹介斡旋などに取り組むことで、都市部の関係人口候補者のみならず100地域以上の関係人口化の可能性はある。自由な表現の場を渴望しているクリエイター、同じ課題を持つ地域の同志、それぞれの共作機会を支援することで、モノづくりを通じて地域課題の解決に挑む案件ベースの関係人口拡大に取り組みたい。