

知床からの情報発信～イベント集客区域の広域化への検討～

北海道森林管理局 知床森林センター

島田智美

中嶋佑輔

1. はじめに

知床森林センター（以下「センター」という）では、知床国有林の豊かな自然環境をフィールドに、森林・林業に関する普及活動や環境教育等、国民参加の森づくりに資するための各種活動を行っています。

そのような中、平成17年に知床が世界自然遺産に登録されてから昨年で5年目を迎え、全国各地で5周年を記念したイベントが開催されるとともに、新聞やテレビ等マスコミでも取上げられあらためて知床への関心が高まっています。当センターにおいても、平成20年、世界遺産エリアに近いウトロ地域にある、国設知床野営場内に知床ボランティア活動施設（以下「ボランティア施設」という）を開設、さらに平成21年4月には斜里町本町からウトロへ事務所を移転したことをきっかけに、道内外からの来館者が増加しています。

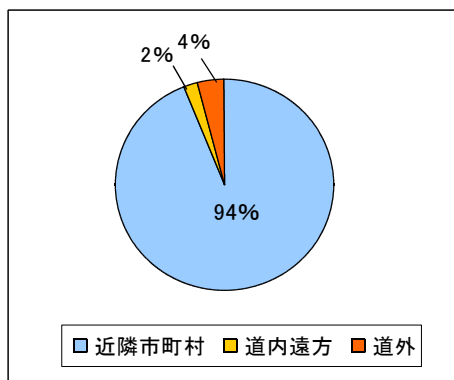
このような状況を背景に、「国民参加の森づくりを促進する」というセンターとしての役割を果たすためイベント活動の対象や広報等のPRをより広域化していく適期であると考え、取組みを強化してきました。

今回、これまでの取組みの結果から、知床における全国へ向けた情報発信と、集客区域の広域化を推進していく上での課題と対策についての検討・取組みについて報告します。

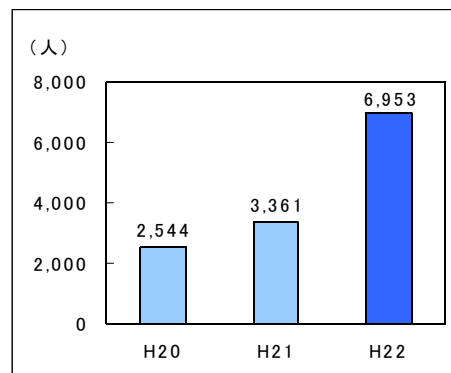
2. 取組みの経過

従来の情報発信は、年6回の広報紙の発行、ホームページやブログの更新、マスコミへの投げ込み、ポスター・チラシの貼付やボランティア施設での案内掲示を主体として行ってきました。その結果、当センター主催によるイベントの集客区域の地域別の内訳は、地元斜里町をはじめ北見、網走などの近隣市町村が多い状況であり、道内遠方や道外からの参加はほとんど見られない状況でした。（図1）

また、ボランティア施設への来館者数をみると、平成20年の開設以来、年々増加しています。（図2）しかしながら、施設に隣接する野営場を目的に来館した方々からは、「このような施設があることを知らなかった」「キャンプ場の受付用の施設だと思っていた」などの声が



（図1）平成21年度 集客状況



（図2）施設来館者数推移

聞かれ、全国的な知名度は未だ低く移転後十分なPRができていないことが分かりました。

この一因として、これまでPR効果の高いイベントへの道外からの参加者が少なかったことや、知床を中心としたオホーツク圏以外での当センターの活動がほとんど無いことなどが考えられます。

その一方で、センター実施のイベント参加者へのアンケート結果からは、イベントに参加したことにより「森林・林業の大切さを理解できた、大変満足した」との回答が多数であり、イベント実施の効果を発揮していることが伺われます。

これらのことから、広い範囲の方にセンターの活動を周知し、イベントへの参加促進のため、集客の広域化及び全国へ向けた情報発信を強化する必要性を再認識し、取組みの方向性を検討しました。

その結果、全国へ向けての情報発信の方法として、(1)「ボランティア活動施設・野営場に訪れた方への情報発信及びサービス」、(2)「各地で開催されるイベントへ出展・参加しての広報活動」、(3)「関連団体等との連携・タイアップ及びホームページを使用しての情報発信」の3つを軸として定め、イベント集客区域の広域化に向けた取組みを実施しました。

3. 取組み実施内容

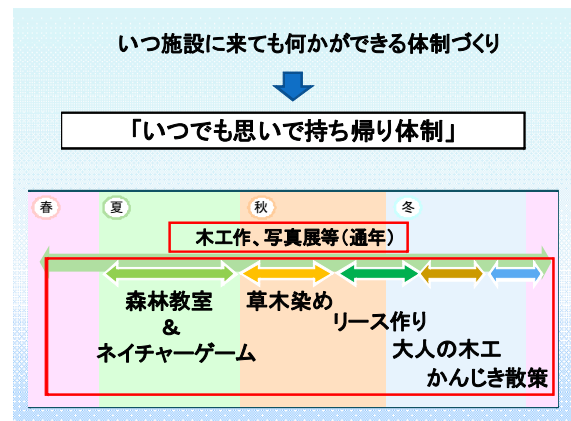
(1)「ボランティア活動施設・野営場に訪れた方への情報発信及びサービス」

一つめに、年間約7,000人を見込む当施設及び野営場への来館者に対して、直接接することで、より効果的かつ効率的なPRができると考え取組みを実施しました。

①「いつでも思いで持ち帰り体制」の実施

当施設に立ち寄られる方、飛び込みの観光客等への対応として、いつ来ても何かができる体制づくりを、年間通して整えることが効果的だと考えました。

これまで、木工作体験コーナーの常時開設を実施してきましたが、センターならではの体験やお土産となる思い出の創出の場となりえる企画を検討し、「いつでも思いで持ち帰り体制」と名称付け実施しました。



(図3) いつでも思いで持ち帰り体制計画図

〈実施例〉

・「森林教室&ネイチャーゲーム」

夏休み中の来館者を対象として行いました。知床での観光やキャンプという子どもたちにとっての一大イベントに森林での体験を付随させることで、良い思い出や学習ができたことと喜ばれました。

・ロングランイベント「草木染め」「リース作り」

「草木染め」において、染料に知床を象徴す



夏休み森林教室

る樹種であるミズナラの殻斗がくこを使用したり、知床に棲むヒグマをかたどった模様に染めたり、「リース作り」では飾りつけに、職員が森林調査の際に採取したマツボックリやドングリ等を使用し、当センターならではの体験として、海外からの観光客の参加も見られ好評を得ました。体験の際には調査業務についての説明も行い、より深く知床の森林を理解してもらおうよう努めました。

これらのイベントは施設利用者のみへのPRではなく、周辺を訪れる全ての観光客へ、センターの取組を伝える手段ともなりました。イベント開催時には大型ポスターでの告知や、野営場利用者への「直接声かけ運動」と称したチラシの配布を行い、様々な企画を開催していることを知ってもらうことができました。

また、ポスターやチラシを通して、地元の方々も参加され、玄関に飾って頂いたリースが、地域で話題になったり、知人を連れて再度参加されるなど口コミで広がりを見せています。



大型ポスターでの告知

②「キッズサポーター制度」

さらに、施設利用の全国からのリピーターの獲得を目的に、平成21年度よりキッズサポーター制度を作り実施しています。

施設で木工を行った子どもたちにサポーターズカードを作成し、配布します。カードは知床を訪れた記念として、また、サポーターになることで以降の木工体験料が無料となるなど、施設を利用しやすくなる仕組みを展開しています。今年で2年目を迎え、登録者も徐々に定着してきています。



キッズサポーターズカード

(2)「各地で開催されるイベントへ出展・参加しての広報活動」

二つめの取組みとして、全国へ向けての直接的な情報発信をを実施するため、実際に各地に出向いて広報活動を行いました。

①首都圏でのPR活動

知床遺産登録5周年記念行事の中でも主要な催しとして全国に宣伝されるものとなる、横浜で開催された「5周年記念シンポジウム」に参加し、パネル展を出展しました。

当センターのブースへの来訪者に、知床での



パネル展の様子

取組みを説明すると共に、オリジナルコースターやパンフレット等を延べ2,000人以上に配布し、知床での「国民参加の森づくり」の取組みやセンターのイベント、森林の魅力を首都圏の方々に効果的に発信することができました。

②地域イベントでのPR

地域イベントへ参加・連携しての取組みとしては、札幌で開催された「道民森づくりネットワークの集い」でのPRや知床周辺の自治体の連携組織「知床観光圏協議会」実施のスタンプラリーに参加するなど、様々な機関のイベントとの連携を図りながら、各種活動に参加し広報活動を実施しました（図4）。

日時	イベント名(場所)	配布物(配布数)
5/21~23	オホーツク木のフェスティバル (北見市)	年間イベント案内・森林センター案内・コースター(各100)
7/31	来運水のがっこう夏まつり (斜里町)	イベント案内(100)
8/29	知床しゃり楽市楽座(斜里町)	年間イベント案内(100)
9/26	しれとこ産業まつり(斜里町)	年間イベント案内(100)
10/2	知床紅葉ウォーク (斜里町・羅臼町)	イベント案内(100)
10/23	道民森づくりネットワークの集い (札幌市)	年間イベント案内(100) 森林センター案内(100)
9月~10月	しれとこぐるっとスタンプラリー (斜里・羅臼・清里・標津町)	各施設にチラシを設置

(図4) 参加イベントと配布物

(3)「関連団体等との連携・タイアップ及びホームページを使用しての情報発信」

三つめの取組みとして、広く一般に周知する効果的な対策を検討しマスコミやインターネットを利用した取組みを実施しました。

①各種連携によるマスコミ媒体の利用

一般の方々、マスコミ共に注目度の高い催しや企画に参加することにより、様々なメディアに当センターの記事が掲載されました。

さらにTV番組や雑誌などへの写真やデータの提供の際には、センターのキャプションを挿入していただくことで、普段意識して知床や森林にふれることがない方々の目や耳にも「知床森林センターからの情報」が伝わるように取組みました。



雑誌への掲載

②インターネットを活用した情報発信

センターに関心・興味を持っていただいた方を含め、多くの方々に継続的に新鮮な情報を提供するため、「インターネットを活用した情報発信」をより強化しました。

ブログにより、多くの旬な情報を流すと同時に、ライブカメラを設置し、常に「センターの情報」を気にかけてもらう仕組みを作りを展開しています。

これらインターネットによる広報は、知床観光圏協議会や、斜里町・羅臼町観光協会のホームページなどにも掲載され、広く一般の方々に閲覧していただいています。



センターホームページ(ライブカメラ)

4. 取組みの結果

これらの取組みにより、広域的な広報活動の効果が表れ、少しずつですが全国からのイベント応募者数が増加傾向にあります。

今年度の応募者の居住地を昨年度（図1）と比較すると、道内遠方からの応募者は全応募者数比2%から10%、道外からの応募者は4%から8%へと増加し、集客区域の広域化が見られます（図5）。

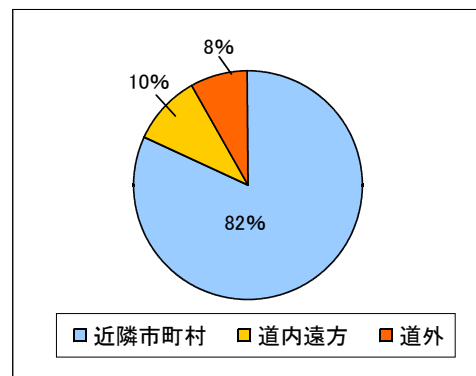
実際にホームページなどで事前にチェックし、イベント開催に合わせ道外より知床を訪れる方も見られ始めました。また、遠方よりリピーターとして、当センターを目的の一つに来られる方も増えています。

さらに、インターネットでの広報により、30代の参加者の増加やロングランイベント開催による地元住民の利用の増加が相乗効果として表れています。

そのような中、地元の声として、安全に森林や木材に触れることの出来る場としての「木育コーナーの充実」や気軽に立寄ることのできる「親しみやすい施設の愛称」なども上がってきていることも明らかになりました。

5. おわりに

利用者の居住地や年齢層により要望も多様ですが、今後も、広く多くの方々の声を聞き、検討し取り入れ、様々な機関・媒体の利用とご協力をいただきながら、効果的かつ効率的に広報活動を実施し、国民に開かれた知床森林センターとして情報を発信していきたいと考えています。



（図5）平成22年度集客状況