

地域住民に認知される国有林を目指して ～ビジタースポット及びデジタル森林浴を活用した国有林PR～

上川北部森林管理署 岡村 澄香
上川北部森林管理署 小林 昌志

取組の背景・目的

本取組のねらいは、一つは若手職員向けのOJTである現地見学会で学んだ内容を署へ還元するという
ことと、もう一つは、国有林並びに森林管理署の認知度の向上です。

当署がある下川町は町の面積の約9割が森林でありその約85%が国有林です。しかし、地域住民には
「森林管理署」や「国有林」というネーミングはあまり定着していない印象がありました。

そこで、若手職員が主体となって、地域に向けて子供から大人までわかりやすく国有林や森林管理署
を知ってもらえる場として、「ポップでキャッチー」をテーマに「**ビジタースポット**」及び「**デジタル
森林浴**」の取組を行いました。

ビジタースポット



イメージキャラクター
かほしかちゃん

・イメージキャラクター

署職員が考案し、署内公募で名
前を決定しました。

・広報誌発行

現在で全12回発行し、町内の学
校や商業施設等へ配布しています。

・モニター展示

職員が撮影した国有林の風景や森林施業の動
画や森林クイズ等を映像で流しています。

・パネル展示

「見せる」ことを意識し、図や写真、森林官
の似顔絵等で署の取組等を説明しています。

・木製品展示

地元の木材製品工場に発注し、木製品等を展
示しています。

・出張ビジタースポット

下川町の「森ジャム2022」へ出展しました。



署入口のビジタースポット



出張ビジタースポット

デジタル森林浴

どの世代の興味も引きつけそうな一大イ
ベントとして、地域や民間企業と協働した
相互作用のあるPRや森林の持つ心身の回復
効果等に期待し、室内で森林空間を味わえ
る「デジタル森林浴」を開催しました。

国有林の雰囲気 indoors で体感させるため
に【映像・音】【香り】【くつろぎ】の要
素で国有林を再現することにしました。

参加者からは「リラックスできた」「前
向きな気持ちになれた」等満足度の高い意
見が多い一方で、「音響がもう少し」等の
意見もあり技術的な面での改善点も出され
ました。



デジタル森林浴の様子



トドマツ製油



取組の成果・課題

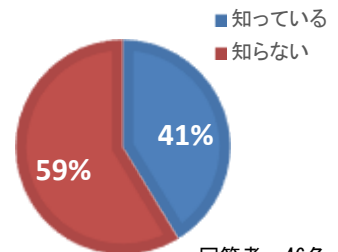
成果として、ビジタースポットについては図や色合いを意識したパネルの
構成やインパクトあるモニター映像等が好評でした。一方で、出張ビジター
スポットのアンケート結果、「森林管理署」について約6割が「知らない」
と回答し、引き続き国有林PRの必要性を感じました。

課題としては、少なからず新型コロナの影響はありつつも、常設展示の集
客率が悪いことです。これは当署が町内の外れに位置し、地域住民が気軽に
足を運びにくいものと考えられます。

今後の方針

森林管理署には一般の方は足を運びにくいいため、人が集まる場所（役場や公民館等の公共施設のロビ
ー等）やイベントへ出張展示等を行うことで効率的な認知度の向上が期待できます。また、デジタル森
林浴や出張ビジタースポットでの森林や木と触れあえる体験や工作に満足度が高いことから、イベント
等を開催し体験しに来た方へモニターやパネルで国有林をPRするという手法が効果的かと考えます。

<森林管理署について>



回答者：46名