

国有林を活用した「下呂の森を巡るツアー」の開催

～地域連携の視点から～

中部森林管理局 岐阜森林管理署 大島 愛彦
平枿 潤己

1 課題を取り上げた背景

平成 27 年度は岐阜県で開催された第 39 回全国育樹祭の下呂市サテライト会場のプレイベントとして、平成 28 年度は山の日制定記念行事として、岐阜森林管理署主催で国有林を見学するツアーを開催しました。

開催にあたり、地域関係者との連携、広報の実施方法などの問題点や課題が浮き彫りになり、2 年の取組結果から森林ふれあい事業のあり方を提言します。



国有林見学ツアーの様子

2 平成 27 年度の取組

(1) 目的、内容

平成 27 年度に岐阜県揖斐川町で第 39 回全国育樹祭が開催され、そのサテライト行事を下呂市で開催することになり、下呂市みどりの祭実行委員会（以下、「実行委員会」という。）が企画検討を行いました。

下呂市は標高 220m から 3,052.6m と岐阜県で最も標高差があり、実行委員会は全国育樹祭を契機に下呂市の多様な森林を知ってもらいたいと考え、一方、岐阜森林管理署としては国有林が管理する森林の重要性や魅力を一般の人に伝えたいという思いから、両者が協力して下呂の森を巡るツアーを開催することになりました。

開催にあたり、ツアーの内容を充実させるため、下呂市の森林に精通している地元の N P O 法人森のなりわい研究所に助言・指導を依頼し、何回も足を運んで森林管理署の考えや何を目指しているかなど打ち合わせを行いました。

打ち合わせの結果、標高の違いによる中間温帯、冷温帯、亜高山帯の森林をそれぞれ見学する 3 回のツアーを計画しました。特に第 2 回の

あかん た てんぼりん
赤沼 田 天保 林 は中部森林管理局管内で最も林齢が高いヒノキ人工林で、林業のまち下呂を象徴する森林です。

参加者の募集は実行委員会を通じて下呂市の広報などに掲載いただくとともに、森林管理署も局のホームページなどで広報を行いました。



N P O 法人と打ち合わせ

(2) 結果、考察

3回のツアーとも定員は20人でしたが、定員に達したのは第2回のみで、広報のあり方に課題が残りました。また、第1回と第2回は雨天で欠席者も出ました。

ツアーは参加者に関心を持ってもらえるように、植生のことや木材の利用のことなどを説明しながら林内の散策を行いました。

成果として、地元のNPO法人と連携を取って実施することができ、市内の森林・林業関係者と協力関係を築くことができました。また、実行委員会と連携することにより、下呂市民への広報に大きな成果を得ることができました。

しかし、平成27年度は全国育樹祭のサテライト行事として下呂市の協力が得られましたが、今後、森林管理署単独でツアーやイベントを開催する場合、どのような広報を行うべきかが課題に残りました。

プログラム	申込者数 (A)	出席者数 (B)	欠席者数 (C)	定員 (D)	定員の差 (D)-(A)
中山七里の森 (中間温帯)	8	6	2	20	12
赤沼田天保林、濁河の森 (ヒノキ人工林、亜高山帯)	20	17	3	20	0
岐阜大学位山演習林 (冷温帯)	9	8	1	20	11
計	37	31	6	60	23

平成27年度のプログラムと参加者の状況

3 平成28年度の取組

(1) 目的、内容

平成28年度はイベント実施は1回にとどめ、平成27年度の課題に残った広報活動の強化に努めました。引き続き地域のNPO法人と連携し、平成28年度は協定を締結して共同で開催しました。

開催目的は、①下流域の都市住民に森林の役割や大切さを伝えること、②国有林、林野庁、森林管理署の知名度向上を図ることです。

まずイベント企画に森林・林業をあまり知らない一般の人の感覚を取り入れようと、署内の非常勤の女性職員と自由な意見交換を行い、タイトルやチラシを一般の人にもわかりやすい内容に修正しました。

広報活動は、特に飛騨川、木曽川を水源とする岐阜県南部（美濃）、愛知県（尾張、名古屋）の都市住民に向けて、綺麗で美味しい水が飲めるのは上流域の岐阜県、長野県の森林の恵みであることをキーにして広報活動を展開し、テレビ、ラジオ、新聞、市広報、生活情報誌、チラシ配布などあらゆる媒体に働きかけました。

広報活動の成果として、下呂市のケーブルテレビ

平成28年度の取組（目的）

山の日制定記念

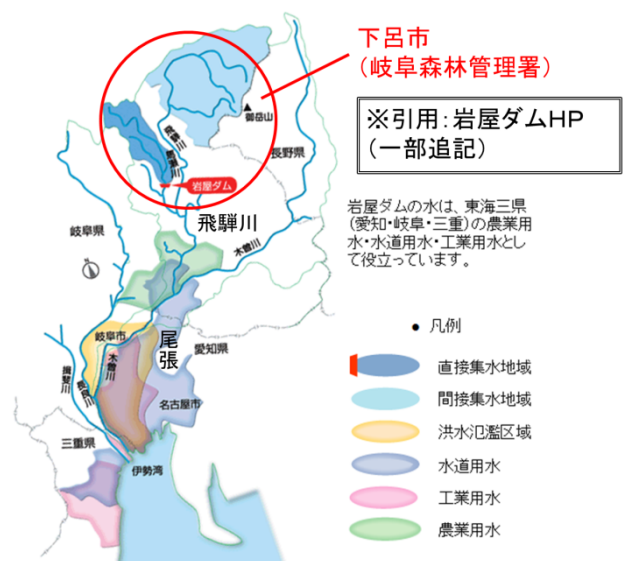
おんたけ

「御岳の自然と

江戸時代のヒノキを見に行こう」

<目的>

- ① 下流域の都市住民に、森林の役割や大切さを伝える
- ② 国有林、林野庁、森林管理署の知名度向上



尾張、名古屋の水が美味しいのは
岐阜県、長野県の森林の恵み

レビやエフエムラジオに出演しました。新聞などは文字数の関係でイベントのことしか載せてもらえませんが、その点、テレビやラジオは自由度が高く、林野庁とは何か、森林・林業の普及啓発を行うことができました。

チラシにはイベントのことだけでなく、森林の役割や大切さ、森林管理署の説明などを記載しました。これを道の駅に置いてもらったり、様々な施設にポスターとして掲示、また地域の商工会や観光協会のホームページに掲載してもらいました。結果として申し込みにつながらなくても、読んでもらうことで広報の効果はあったと考えています。



平成 28 年度の広報活動の成果の一部

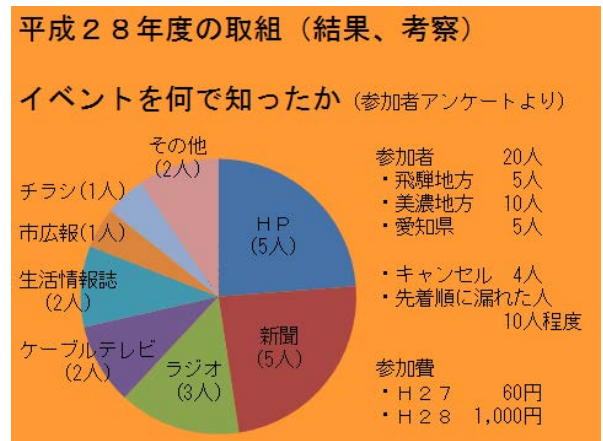
(2) 結果、考察

広報活動の強化で申し込みは定員を超過するほど好評で、イベントを何で知ったかの問いには、ホームページが一番多く、続いて新聞、ラジオ、テレビの順でした。

商工会や観光協会のホームページにチラシを掲載してもらった効果もあるでしょうが、ホームページは重要な広報媒体であることがわかりました。また、ラジオは一番組に 15 分程度の出演ながら影響力が大きいことがわかりました。

参加費は、平成 27 年度は署単独事業のため 60 円（保険料のみ）、これに対して平成 28 年度は N P O との共催で 1,000 円としましたが、集客は金額より広報やイベント内容によることがわかりました。

平成 27 年度、28 年度とも 9 割以上の人が満足、今後も参加したいと高い評価をいただき、イベントは大成功でした。



4 まとめ

イベント実施は我々の仕事を広報するための一つの手段です。せっかくイベントを開催するので、プラスアルファの広報を行うべきです。

こうしたイベントは森林・林業のこと、国有林のこと、さらに林野庁及び森林管理署について国民の理解を得るために重要な業務です。

実施にあたっては、森林・林業関係者だけでなく、地域社会と連携して地域ぐるみのイベントにすることが大切です。

今後の課題は、都市住民への広報をさらに強化することや、森林とのふれあいだけでなく林業（特に伐採・搬出）や林産業（木材の利用）を国民に紹介することです。

日本の木を使うことは、日本の森林を育てます。これまでの取り組みで間伐が山を強くすることは国民に浸透しました。次は国産材利用の促進に向けて、中央が行っている「木づかい運動」と連動して地域で地道なイベントを行い、国民運動に発展させる取り組みが重要です。