

人を引き付け心に残るイベントとは

—朝日庄内森林生態系保全センターでの反響と今後について—

朝日庄内森林生態系保全センター 鳥淵 匠見

1. はじめに

当センターは朝日山地森林生態系保護地域の巡視活動といった生態系保全管理を行い、合わせてイベントの開催や参加によって人々に対する生態系保護地域の普及啓発も行っている。

・朝日自然塾

「朝日自然塾連絡協議会」(図1)が一般公募により、森林活用型環境教育を目的に昆虫観察やイワナ釣り、かんじきトレッキング等を実施。

・地域イベント

クラフト工作や当センターの活動紹介。

- ・山形県山岳連盟
- ・出羽三山の自然を守る会
- ・小国の自然を守る会
- ・山形県溪流釣り協議会
- ・山形県内水面漁業協同組合連合会
- ・山形県猟友会
- ・西川町大井沢地区
- ・西川町自然と匠の伝承館・大井沢自然博物館
- ・鶴岡市朝日庁舎
- ・東北森林管理局(事務局)

図1. 朝日自然塾連絡協議会構成団体

これらの取組によって、朝日山地森林生態系保護地域の情報発信及び自然とのふれあいの場の提供をしている。しかし、参加者に対し①イベントにどういう思いで来てくれるのか＝引き付けた要因 (以下、①)、②イベント参加後の考えや思い＝反響や次回への参加の可能性 (以下、②) についてこれまでのデータ収集が不十分だと感じた。この「①→参加→②→参加」の一連の流れをデータ収集によって把握することで、より多くの人々を引き付けるイベント提供につながると考えた。また、地域イベントで実施しているクラフト工作は森林に関心をもつ導入的役割を果たす特徴がある¹⁾が、実際に関心をもったのか検証していなかった。そこで、子供の好奇心や積極性の向上につながり²⁾ 消費者の記憶や購買行動に影響する³⁾ と注目されている五感体験を加えることで、より森林への関心をもつきっかけになるのではないかと思い、新たな取組を考えた。こうした思いから、より良いイベントの提供方法を模索し、森林生態系や自然について人々の意識の向上や活動の変化を目的とした取組及び考察を行った。

2. 研究方法

(1) アンケート調査

先行研究・過去の朝日自然塾アンケート結果・朝日自然塾連絡協議会議事録を参考にアンケートを作成し、①及び②の調査を実施した。アンケート調査は一般公募型の朝日自然塾にて昆虫観察とイワナ釣りのイベント、加えて不特定多数の方が来る地域イベントにて実施し、それぞれ参加者や来た動機が異なるため、アンケート内容を変え、朝日自然塾は「①→参加→②」地域イベントは「参加→②」について検証した。

① 朝日自然塾

質問項目

Q 1. 何を楽しみにして来ましたか	Q 4. 参加して思ったこと、気持ちの変化等ありましたか
Q 2. どうして来たくになりましたか	Q 5. イベントへの要望として当てはまるものがあれば教えてください
Q 3. また自然塾に参加したいですか	

Q 1、2によって①を、Q 4、5によって②を明らかにした。また、Q 5によって参加者の需要を知り、より楽しんでもらえるイベントの方法を調査した。

② 地域イベント

質問項目

Q 1. 年代についてお聞かせ下さい	Q 3. 来てみて感じたことはありましたか
Q 2. 楽しいものはありましたか	Q 4. また来てみたいですか

Q 1、2によって年代ごとに楽しめる五感体験を把握し、Q 3の回答結果を照らし合わせることで②を検証した。また、Q 4によって次回への参加についても聞いた。

(2) 五感体験コーナー

クラフト工作に加え地域イベントに設置した五感体験コーナー(図2)は、設営にスペースや労力をあまりかけず、容易に体験してもらえるようにした。内容は丸太の年齢当てクイズ(視覚)、様々な葉の展示(触覚)、クロモジやタムシバ、青森ヒバの匂いをつめたビン等の展示(嗅覚)、チャボガヤの実の試食コーナー(味覚)、鳥の鳴き声を再生するボイスレコーディングペン(聴覚)の活用とした。



図2. 五感体験コーナーの様子

3. 結果

(1) 朝日自然塾

① 昆虫観察(参加者数21名)

Q 1にて「ハッチョウトンボ等の昆虫採集」を選択した子供はQ 2で「興味があったから」、大人では「自然を見て感じて遊びたいから、専門的なスタッフやガイドがいるから」の回答も見られた。Q 3にて全体の約9割の方が「また来たい」と回答し、Q 4にて子供が「自然や生き物を大切にしようと思った」「生き物のこと等色々知りたくなった」、大人では「期待通りだった」の回答が多くなった。Q 5のイベントへの要望では「生き物に触りたい」が多く、子供からの需要があるクイズやゲームを盛り込むことも望ましいと分かった。これらのアンケート結果を図3に示す。

② イワナ釣り（参加者数20名）

Q1より大人は溪流釣りを、子供は釣り堀での釣り体験を楽しみにし、それぞれの選択者はQ2にて子供は「興味があったから」、大人は「自然を見て感じて遊びたいから」となった。Q3より全体の約9割の方が「また来たい」と回答し、Q4にて大人では「期待どおりだった」という回答が多い一方、子供では「生き物のこと等色々知りたくなった」「将来（これから）自然を守る活動や仕事をしなくなった」という大人にはない思いが見られた。Q5では「生き物に触れたりしたい」「もっと詳しい話を聞きたい」に要望が集まった。これらのアンケート結果を図4に示す。

(2) 地域イベント（アンケート回答者数41名）

Q2の楽しいものについて、小学生全員が年齢クイズと答え、大人の年代では匂い体験となった。次にQ3の感じたことについて、小学生は「自然っておもしろそう」、10～20代は「木や植物からできる商品を使いたくなった」、30～50代は「森や山に行きたくなった」、60代以上は「森や山に行きたくなった、自然への興味がわいた」が多くなった。また、Q4にて全体の約9割の方から「また来たい」との回答が得られた。

図3. 昆虫観察でのアンケート結果

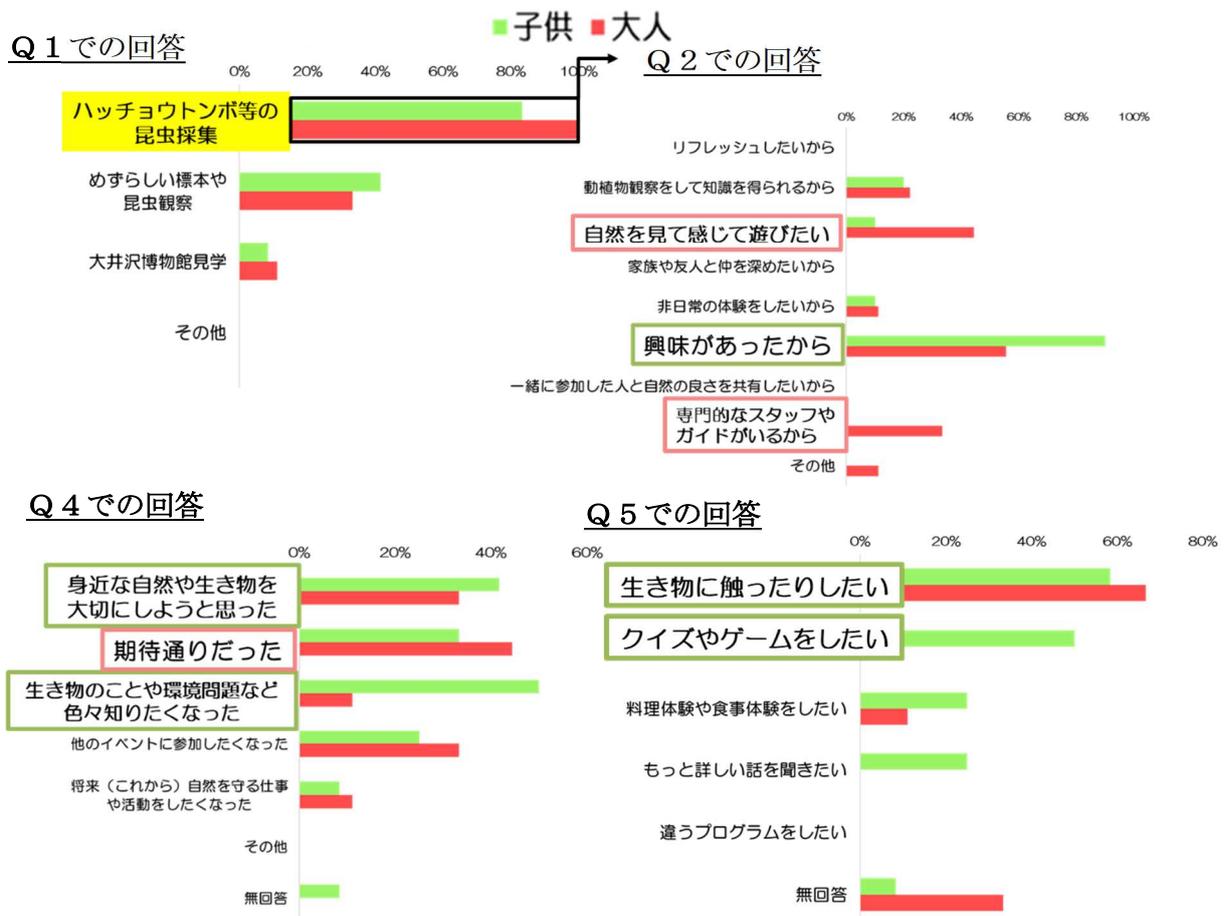
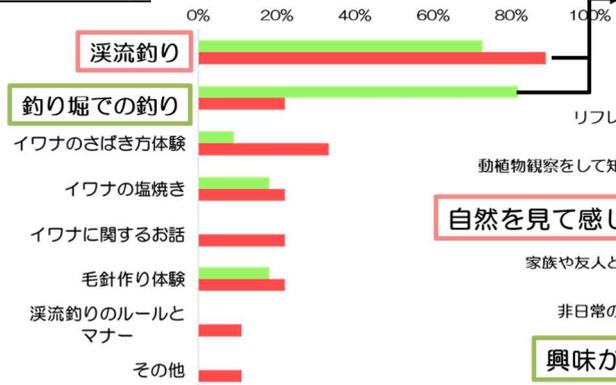
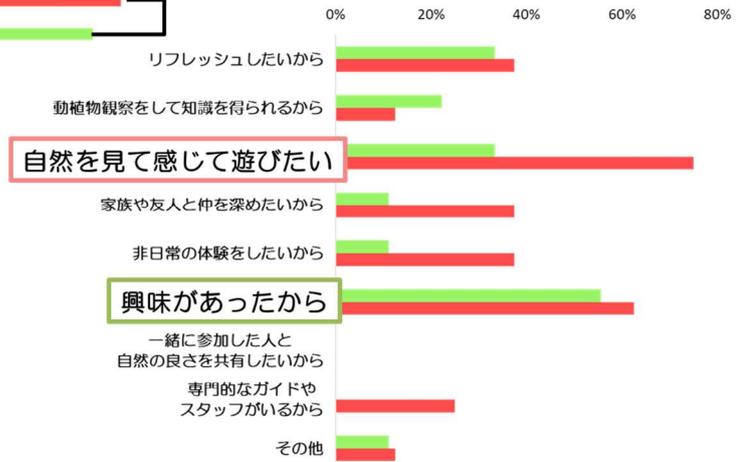


図4. イワナ釣りでのアンケート結果

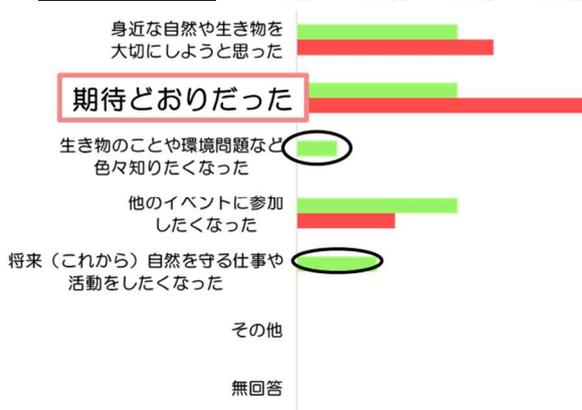
Q1での回答



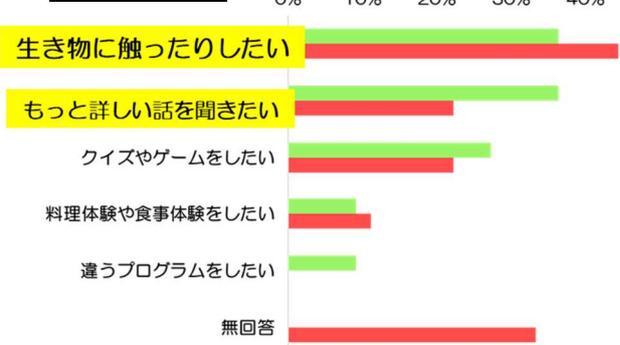
Q2での回答



Q4での回答



Q5での回答



4. 考察

(1) 朝日自然塾

アンケート結果から、「珍しい昆虫の採集や溪流釣りそのものへの興味」から来てくれたこと、中でも大人には「ガイド付きの野外活動」「釣りによって自然を満喫したいという思い」の2点も引き付けた要因になったと思われる(表1)。イベントへの要望も考慮すると、生き物を題材とした野外活動が興味をもたせて引き付けると考えられる。例えば野鳥観察や、動植物観察を組み込んだ登山が望ましいと考える。また、朝日自然塾には虫にちなんだクイズやネイチャーゲーム、イワナの生態と森林を絡めた詳しい話等で、より楽しんでもらえると思う。

	引き付けた要因(①)	イベントへの要望
昆虫観察	珍しい昆虫の採集 大人：ガイド付きの野外活動	・生き物に触る ・クイズやゲームを盛り込む
イワナ釣り	溪流釣り 大人：釣りによる自然の満喫	・生き物に触る ・詳しい話

表1. 引き付けた要因及びイベントへの要望

反響について、子供では多様な心の動きが見られたが、Q2の「どうして来たくになりましたか」に対し、興味があった以外も選んでいる子供と、興味があったのみ選んだ子供とでQ4の感じ方にばらつきが見られた(図5)。興味があった以外も選んだ子供は自然や生き物への愛着や保全活動への意欲が見ら

れ、興味があったのみ選んだ子供は期待通りだった、自然への探求心の芽生えが見られた。特に、「興味があったのみで、期待通りだった」と答えた子供はそれ以外の項目を選んでおらず、今後は興味だけ抱いて来た子供が思いや感想を持ってもらえる工夫も必要と考える。

大人では「期待通りだった」の割合が高く、この項目を選んだ大人はQ2において「自然を見て感じて遊びたいから、興味があったから、専門的なスタッフやガイドがいるから」が高い割合を示し(図6)、余暇を満喫する目的で満足してもらえたと思われる。

図5. 「興味があった以外も選択」「興味があったのみ」別の感じたこと(Q4)への回答

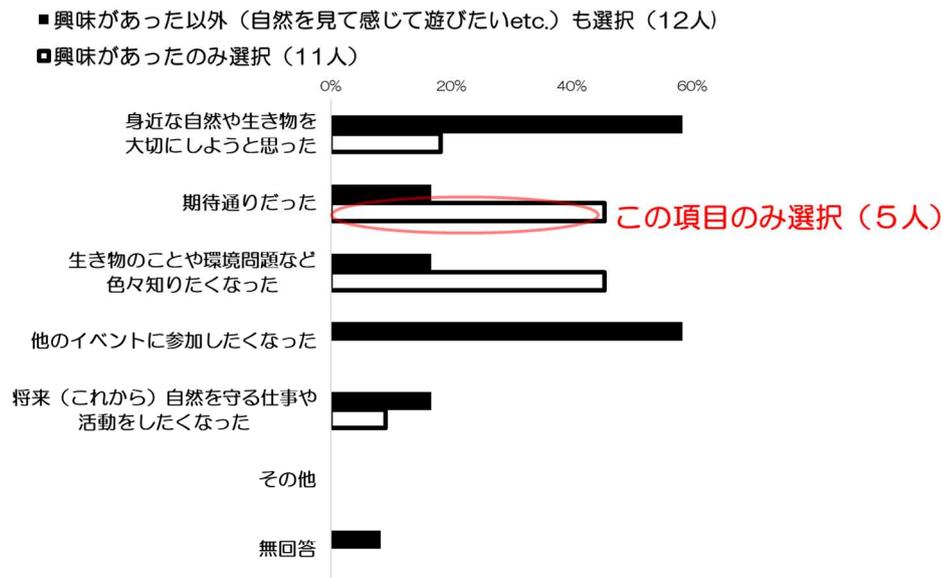
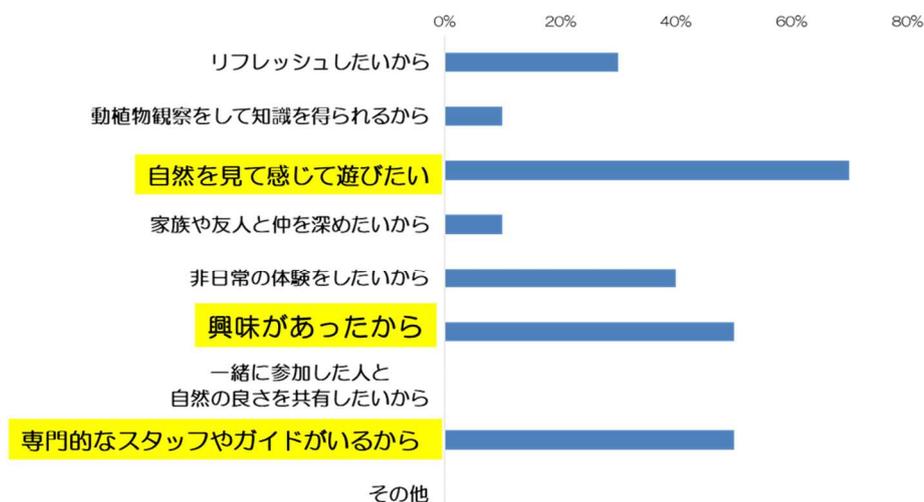


図6. 「期待通りだった」(18人中10人) 選択者の来たくなった要因(Q2)への回答



(2) 地域イベント

楽しかった体験は全体で見ると子供がクイズやクラフト、機械を使うといった行動的な体験、大人は嗅覚や味覚の体験という傾向が見られた。さらに年代別に感じたことが異なり、その要因は子供が年齢クイズ、大人は匂い体験やクラフト工作だった。また、Q2とQ3の回答数には正の相関が見られ、複数の体験が印象に残った人ほど感じたものが多いと分かっ

た。これらから、クラフトだけでなく年代別に楽しめる体験をたくさんしてもらうことで、森林や自然への興味関心をもつきっかけになると示唆された（表2）。

	Q2:楽しかったもの	Q3:感じたこと(②)	回答数の相関関係
小学生	年齢クイズ	自然っておもしろそう	Q3の回答数  Q2の回答数
10~20代	匂い体験コーナー	木や植物からできる商品を使いたくなった	
30~50代		森や山に行きたくなった	
60代以上		森や山に行きたくなった、自然への興味がわいた	

表2. 地域イベントでの年代別効果及び回答数の相関関係

今回の試みで地域イベントでは森林や自然への興味関心をもつきっかけ作りになりうると分かった。その上で、子供では虫取りや釣りをしたい興味、大人では野外活動で自然を満喫するために参加してくれる、朝日自然塾のPRをすれば、イベント同士のつながりで相乗効果を生むと考える（図7）。今後は年代別に楽しめる体験の内容や、アンケートの精査で朝日自然塾への参加につながるか、イベント直後だけでなくその後も思い返したり、感じ



図7. イベント同士のつながりイメージ

たことが持続しているか。これらの長期的な検証や、体制が変わる中で様々な人のアイデアによる改善と取り組みの継続で、地域の人々に求められるイベントを目指し取り組んでいく。

参考文献

- 1) 品川 朋仁 蒔田 明史(2008) 秋田県における森林体験イベントの現状と今後への展望：平成20年度 森林・林業技術交流発表会集 118-121
 - 2) 小野 真裕美(2018) 常葉大学浜松キャンパス親子教室における実践される五感刺激による自然体験学習：常葉大学健康プロデュース学部雑誌 12巻第1号, 169-174
 - 3) 朴 宰佑(2013) マーケティングにおける感覚的訴求の効果：CUC view & vision / 千葉商科大学経済研究所 [編] 33号, 11-15
- ・小林 昭裕(1996) 野外レクリエーション体験への期待と、行動形態、管理への考え方、許容限界との関連性：ランドスケープ研究 60(5), 133-136
 - ・小川 知子・中島 隆洋・金武川 浩子・鍛代 邦夫・本江 一郎(2009) リピーターが望む森林レクリエーションのポイント：第120回日本森林学会大会 Pc2-46